

Departament de Filologia Anglesa i Alemanya

Programa de Doctorat en Llengües, Literatures i Cultures, i les seues aplicacions - 3135



TESIS DOCTORAL

Lenguaje formulaico del alemán en páginas web hoteleras de los países de lengua alemana: un estudio basado en paquetes léxicos

Elaborada por:

Maricel Esteban Fonollosa

Dirigida por:

Dr. Herbert Holzinger

Dr. Miguel Fuster Márquez

València, mayo 2021

MENCIÓN

Este trabajo ha surgido en el marco del proyecto de investigación PID2019-108783RB-I00: Gramática de Construcciones y Fraseología. Las construcciones fraseológicas del alemán y el español en contraste a través de los corpus. El proyecto, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, se desarrolla en el seno del grupo de investigación FRASESPAL bajo la dirección de la Dra. Carmen Mellado Blanco.

a vosotros dos, os quiero

AGRADECIMIENTOS

Querría expresar mi agradecimiento a todas aquellas personas que me han acompañado durante este tiempo y de alguna manera han contribuido a que fuera posible la consecución de este trabajo. Profesores, investigadores, compañeros, amigos y familiares, cada uno de ellos sabe que es sincero, afectuoso y necesario este gesto.

En primer lugar, a mis directores de tesis por su aceptación a colaborar desde el inicio y permitirme desarrollar este proyecto. Al Dr. Herbert Holzinger por su apoyo, amabilidad y confianza en todo momento durante el camino, y al Dr. Miguel Fuster Márquez por su mirada crítica, sus consejos y apoyo constante. Asimismo a Rafael Peris Soler por su colaboración como experto en programación.

En segundo lugar agradezco al profesorado que me hizo pensar en algún momento que era posible llevar a cabo esta empresa, en especial a la Dra. Julia Sanmartín Sáez, y a la Dra. Brigitte Jirku y la Dra. Ana R. Calero Valera por hacerme partícipe activa en actividades relacionadas no solo con la investigación. Además querría agradecer muy sinceramente al Dr. Sören Stumpf por su confianza y amabilidad, y por invitarme y acogerme en su departamento de la Universität Trier durante una muy provechosa estancia. Asimismo, agradezco a la Dra. Julia Haba Osca su incondicional apoyo y su pasión por todo lo que hace a pesar de tantas dificultades, y al Dr. Ferran Robles i Sabater por su disponibilidad siempre positiva y abierta. Quiero dirigir un especial agradecimiento a la Dra. Carmen Mellado Blanco por su calidad humana y profesional y por haberme dado la oportunidad de investigar en el marco de un proyecto, con un equipo.

En tercer lugar querría agradecer el apoyo de tocayos doctorandos como D. Christian Prado Wohlend, D. Garikoitz Knörr de Santiago, D^a María Antonia Blat Mir y D^a Cristina V. Paneque de la Torre, por hacerme sentir profundamente entendida en las dificultades del proceso de elaboración de un primer trabajo de investigación como es este, cuando las circunstancias personales son difíciles y hay que compatibilizar la investigación con otra actividad profesional necesariamente. Por supuesto también, a compañeros doctorandos y profesorado asociado del Departament de Filologia Anglesa i Alemanya de la Universitat de València, entre los que se encuentran el recién Dr. Pau Bertomeu Pi y la infatigable Rosa Basulto Marset, por hacerme sentir que siempre hay esperanza.

Finalmente agradecer a mis amigos y familiares que han entendido la importancia para mí de este proyecto y han mostrado siempre su respeto sincero e incondicional apoyo. A mis padres, cómo no, y a Arantxa, mi hermana. Muchas gracias a todas y a todos.

RESUMEN

El presente trabajo estudia el lenguaje formulaico de las páginas web hoteleras de países de lengua alemana a partir de la identificación y el análisis de paquetes léxicos (*lexical bundles*). Se trata de una investigación basada en metodología de lingüística de corpus sobre la frecuencia, estructura y funciones de este tipo de secuencias del lenguaje formulaico.

Nuestro principal objetivo ha consistido en realizar un inventario de los paquetes léxicos más característicos de estos textos y determinar las variaciones de los mismos, a partir de la identificación de marcos frasales, que hemos puesto en correspondencia. Dicho inventario ha sido objeto de análisis y clasificación siguiendo criterios estructurales y semántico-funcionales, todo ello con el objetivo de su posterior utilidad tanto en la mejora y redacción de este tipo de páginas en alemán por profesionales no nativos, como para la enseñanza del alemán como lengua extranjera especializada en el ámbito del turismo, además de su posible integración en un diccionario especializado.

Para el estudio se ha compilado en primer lugar un corpus de páginas web hoteleras de núcleos urbanos de Alemania, Austria y Suiza, siguiendo criterios de equilibrio y representatividad, para poder analizar estos textos en lengua alemana y observar posibles semejanzas y diferencias diatópicas. A continuación se han extraído engramas de entre tres y cinco palabras de forma automática con ayuda de la plataforma *Sketch Engine* (2021). Los listados obtenidos han sido filtrados, por una parte, con criterios cuantitativos de frecuencia y distribución y, por otra parte, con criterios formales, encaminados a lograr un listado que concordara con los objetivos del trabajo.

En una fase posterior y con la finalidad de ordenar los paquetes léxicos por relevancia, se ha calculado su *valor mixto*, en el que se han valorado tres índices relevantes en la investigación de paquetes léxicos, a saber, el índice de frecuencia, el índice de *información mutua* y el índice *simple maths* en la plataforma *Sketch Engine*, que pone en relación los resultados de nuestro corpus con un corpus de referencia.

A continuación hemos procedido a identificar y analizar marcos frasales en estos textos que tuvieran correspondencia con los paquetes léxicos seleccionados. Para ello se ha recurrido a su extracción automática con ayuda del programa *KfNgram* (Fletcher, 2012), para posteriormente identificar los esquemas subyacentes en dichos paquetes. El

análisis de dichos marcos nos ha llevado a identificar el carácter de las palabras fijas y de las casillas variables que determinan su variación interna.

Los análisis cuantitativos y cualitativos efectuados de los paquetes seleccionados han puesto de manifiesto que las producciones textuales de páginas web hoteleras en un uso considerado nativo, emplean una serie de combinaciones de palabras recurrentes que les dan un carácter coherente, ajustado a las convenciones de dicho discurso.

En lo referente a la exploración realizada de las diferencias diatópicas entre las páginas hoteleras de Alemania, Austria y Suiza, se ha constatado una variación escasa entre las tres regiones germano hablantes, en las que predomina el uso de la lengua alemana considerada estándar. No obstante, se han detectado preferencias entre algunos paquetes en los diferentes subcorpus, y a dichas preferencias nos hemos referido en nuestro análisis y conclusiones.

ZUSAMMENFASSUNG

Diese Arbeit untersucht die formelhafte Sprache von Hotelwebseiten im deutschsprachigen Raum durch das Erkennen und die Analyse lexikalischer Bündel. Es handelt sich um eine auf korpuslinguistischem Verfahren basierende Untersuchung zur Häufigkeit, Struktur und Funktion dieser Art von formelhafter Sprache.

Das Hauptziel bestand darin, ein Inventar der charakteristischsten lexikalischen Bündel dieser Texte zu erstellen sowie ihre Variationen anhand der entsprechenden Phraseologischen Muster zu bestimmen. Dieses Inventar wurde einer Analyse und Klassifizierung nach strukturellen und semantisch-funktionalen Kriterien unterzogen, mit dem Ziel der späteren Nützlichkeit sowohl für die Verbesserung und das Verfassen dieser Art von Webseiten im Deutschen durch Nicht-Muttersprachler als auch für den Unterricht in Deutsch als Fremdsprache für Tourismus, sowie für eine mögliche Aufnahme in ein Fachwörterbuch.

Für die Studie wurde ein Korpus von Hotelwebseiten (KoDeHo) aus Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz nach Kriterien der Ausgewogenheit und Repräsentativität zusammengestellt, um diese Texte in deutscher Sprache zu analysieren und mögliche diatopische Ähnlichkeiten und Unterschiede festzustellen. Anschließend wurden N-Gramme von drei bis fünf Wörtern automatisch mit Hilfe von *Sketch Engine* (2021) ermittelt. Die erhaltenen Listen wurden zum einen nach quantitativen Kriterien der Häufigkeit und Streuung und zum anderen nach formalen Kriterien gefiltert, um ein Inventar zu erhalten, das den Zielen der Arbeit entspricht.

In einer späteren Phase und mit dem Ziel, die lexikalischen Bündel nach Relevanz zu ordnen, wurde ihr *Mischwert* berechnet, in dem drei relevante Indizes bei der Erforschung lexikalischer Bündel ausgewertet und zusammengefasst wurden, nämlich der Häufigkeitsindex, der Index der *mutual information* und der *simple maths*-Index der *Sketch Engine* Plattform. Dieser *Mischwert* kontrastiert die Ergebnisse des KoDeHo mit einem Referenzkorpus gegenüber.

Anschließend wurden in diesen Texten phraseologische Muster identifiziert und analysiert, die den ausgewählten lexikalischen Bündeln entsprachen. Zu diesem Zweck wurde auf deren automatische Erhebung mit Hilfe des Programms *KfNgram* (Fletcher, 2012) zurückgegriffen, um anschließend die zugrunde liegenden Muster in diesen

Bündeln zu identifizieren. Die Analyse dieser Muster hat dazu geführt, sowohl die festen Bestandteile als auch die Füller der variablen Slots näher zu charakterisieren.

Die an den ausgewählten lexikalischen Bündeln durchgeführten quantitativen und qualitativen Analysen haben gezeigt, dass die Textproduktion von Hotelwebseiten in einer als muttersprachlich angesehenen Verwendung eine Reihe von wiederkehrenden Wortkombinationen verwendet, die ihnen einen kohärenten Charakter verleihen, der den Konventionen eines solchen Diskurses entspricht.

Diese Forschungsarbeit hat auch die diatopischen Unterschiede zwischen Hotelwebseiten in Deutschland, Österreich und der Schweiz untersucht. In dieser Hinsicht gibt es kaum Unterschiede zwischen den drei deutschsprachigen Regionen, in denen der Gebrauch der deutschen Sprache, die als Standard gilt, vorherrscht. Es wurden jedoch Präferenzen bezüglich einiger Bündel in den verschiedenen Subkorpora festgestellt, die in der Analyse und in den Schlussfolgerungen erläutert werden.

3.3.1. Combinaciones de palabras usuales (<i>usuelle Wortverbindungen</i>) de Kathrin Steyer.....	53
3.3.2. Construcciones fraseológicas (<i>Phrasem-Konstruktionen</i>).....	57
3.3.3. Patrones de uso lingüístico (<i>Sprachgebrauchsmuster</i>) de Bubenhofer	58
3.3.4. Modelo (<i>Phraseological Profile Model</i>) de Ute Römer	59
3.4.5. Paquetes léxicos (<i>lexical bundles</i>)	61
4. DISCURSO TURÍSTICO Y PÁGINAS WEB.....	65
4.1. ESTUDIOS Y PROYECTOS SOBRE DISCURSO TURÍSTICO.....	67
4.2. PÁGINAS WEB.....	68
4.2.1. Páginas web comerciales.....	68
4.2.2. Páginas web hoteleras en alemán.....	73
PARTE II: CORPUS Y METODOLOGÍA	77
5. DESCRIPCIÓN DE LOS CORPUS PARA LA INVESTIGACIÓN.....	77
5.1. EL CORPUS KoDeHo	79
5.1.1. Criterios para la creación del corpus KoDeHo.....	79
5.1.2. Selección de los hoteles para el corpus KoDeHo	80
5.1.2.1. Países de lengua alemana como lengua oficial.....	80
5.1.2.2. Los subcorpus en KoDeHo.....	83
5.1.2.3. Organización de la Hostelería en los países de lengua alemana:	
Alemania, Austria y Suiza	83
5.1.2.3.1. Tipología de hoteles	84
5.1.2.3.2. Distribución de hoteles por países: Alemania, Austria, Suiza	85
5.1.2.3.3. Distribución de hoteles por categoría	90
5.1.2.4. Localización de hoteles	94
5.1.3. Archivado de los textos	97
5.1.4. El corpus KoDeHo en cifras	98
5.2. CORPUS DE REFERENCIA	103
6. METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS	105

6.1. EXTRACCIÓN DE ENGRAMAS	108
6.2. FILTRADO DE ENGRAMAS Y OBTENCIÓN DE LISTADO DE PAQUETES LÉXICOS	109
6.2.1. <i>Criterios cuantitativos para el filtrado semiautomático de engramas</i>	109
6.2.2. <i>Criterios cualitativos para el filtrado semiautomático de engramas</i>	111
6.2.3. <i>Ordenación por importancia de los paquetes léxicos</i>	114
6.2.3.1. Índice de la norma entre frecuencia y número de documentos en que aparece un paquete.....	114
6.2.3.2. Índice de Información Mutua (MI).....	116
6.2.3.3. Índice simple maths en Sketch Engine que pone en relación un corpus específico y un corpus de referencia.....	117
6.2.3.4. Valor mixto: ordenación a partir de tres índices.....	118
6.3. CLASIFICACIÓN ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL	120
6.3.1. <i>Clasificación estructural</i>	120
6.3.2. <i>Clasificación semántico-funcional</i>	120
6.3.2.1. Función referencial	123
6.3.2.2. Función comunicativa.....	124
6.4. DETECCIÓN DE MARCOS FRASALES SUBYACENTES EN PAQUETES LÉXICOS SELECCIONADOS	124
6.4.1. <i>Extracción de marcos frasales</i>	125
6.4.2. <i>Filtrado de marcos frasales</i>	125
6.4.2.1. Asociación de marcos frasales y paquetes léxicos	126
6.4.2.2. Análisis de palabras fijas y variables de los marcos frasales	128
6.5. COMPARACIÓN ENTRE SUBCORPUS	128
PARTE III: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	129
7. EXTRACCIÓN Y ANÁLISIS DE PAQUETES LÉXICOS.....	129
7.1. EXTRACCIÓN AUTOMÁTICA DE ENGRAMAS	131
7.2. FILTRADO DE ENGRAMAS	131
7.2.1. <i>Criterios cuantitativos para el filtrado semiautomático de engramas</i>	132
7.2.2. <i>Criterios cualitativos para el filtrado manual de engramas</i>	132

7.2.3. Ordenación de los listados en función del valor mixto.....	135
7.3. CLASIFICACIÓN DE LOS PAQUETES LÉXICOS	138
7.3.1. Clasificación estructural de los paquetes léxicos	138
7.3.1.1. Estructuras nominales.....	143
7.3.1.2. Estructuras preposicionales	152
7.3.1.3. Estructuras verbales.....	165
7.3.2. Clasificación semántico-funcional de los paquetes léxicos	173
7.3.2.1. Función referencial de los paquetes léxicos en KoDeHo	176
7.3.2.2. Función comunicativa de los paquetes léxicos en KoDeHo.....	190
7.4. SELECCIÓN DE UN LISTADO DE PAQUETES LÉXICOS CARACTERÍSTICOS DE LAS PÁGINAS WEB HOTELERAS EN LENGUA ALEMANA	197
8. VARIACIÓN INTERNA DE LOS PAQUETES LÉXICOS	199
8.1. ANÁLISIS DE PALABRAS FIJAS EN LOS MARCOS FRASALES	205
8.2. ANÁLISIS DE PALABRAS VARIABLES EN LOS MARCOS FRASALES	206
9. CONTRASTE DIATÓPICO DE PAQUETES LÉXICOS EN KODEHO	209
9.1. PAQUETES LÉXICOS DE TRES PALABRAS	211
9.2. PAQUETES LÉXICOS DE CUATRO PALABRAS.....	213
9.3. PAQUETES LÉXICOS DE CINCO PALABRAS	214
9.4. PAQUETES LÉXICOS CON MAYOR FRECUENCIA RELATIVA EN AUSTRIA	216
9.5. PAQUETES LÉXICOS CON MAYOR FRECUENCIA RELATIVA EN SUIZA.....	219
9.6. PAQUETES LÉXICOS CON MAYOR FRECUENCIA RELATIVA EN ALEMANIA	222
9.7. PAQUETES LÉXICOS QUE SOLO APARECEN EN ALEMANIA Y AUSTRIA.....	226
9.8. PAQUETES LÉXICOS QUE SOLO APARECEN EN ALEMANIA Y SUIZA	229
9.9. PAQUETES LÉXICOS LÉXICOS QUE SOLO APARECEN EN AUSTRIA Y SUIZA	230
9.10. CONCLUSIONES DEL CONTRASTE DIATÓPICO.....	231
10. CONCLUSIONES	235
10.1. CONCLUSIONES GENERALES.....	237
10.2. LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN	246

10. SCHLUSSBEMERKUNGEN.....	249
10.1. SCHLUSSBEMERKUNGEN DER ARBEIT	251
10.2. ZUKÜNFTIGE FORSCHUNGSLINIEN	260
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	263
ÍNDICE DE FIGURAS	285
ÍNDICE DE TABLAS	289
ANEXOS	293

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del estudio y estado de la cuestión	24
1.2. Hipótesis y objetivos del trabajo	26
1.3. Estructura del trabajo.....	27

Mucho antes del reconocimiento de la lingüística como disciplina, y de la fraseología dentro de su ámbito, ha llamado la atención de estudiosos e intelectuales desde diferentes perspectivas, la aparición de palabras conjuntamente en relación de proximidad en un discurso dado.

Otto Jespersen (1924: 19) es uno de los precursores del estudio de la fraseología, en sentido más amplio, al referirse a secuencias que se repiten en una misma forma con un mismo significado en la lengua, que de este modo simplifican e incluso posibilitan la comunicación. Jespersen (1924: 29) pone de manifiesto que el lenguaje es un conjunto de hábitos y que cada acción o frase es una acción compleja del hablante, que está determinada por situaciones anteriores semejantes, y que le sirven de base para afrontar nuevas situaciones.

Al igual que Steyer (2013), consideramos a la tradición anglosajona como precursora y decisiva en la investigación fraseológica, uno de los niveles de estudio de la formulaicidad en el discurso. El concepto de colocación de Firth (1957: 194), prestaba atención a combinaciones de palabras que tienden a coocurrir y que resultan típicas de un fragmento de lengua. Sinclair recoge la herencia de Firth e introduce el concepto del principio idiomático o *idiom principle*, gracias a su observación del comportamiento lingüístico a través de grandes colecciones de textos mediante técnicas de corpus. Para Sinclair (1991: 110) “*The principle of idiom is that a language user has available to him or her a large number of semi-preconstructed phrases that constitute single choices, even though they might appear to be analysable into segments*”. Dicho principio consiste en la tendencia del hablante o escritor a desarrollar unas rutinas en la combinación de palabras, de modo que, aunque dicha combinación pudiera analizarse gramaticalmente en unidades a nivel de palabra, en realidad funcionan como bloques prefabricados convencionalizados. Este proceso de convencionalización es el resultado de un proceso de desarrollo histórico, social y cultural de una lengua.

En esta misma línea, en el ámbito de la investigación lingüística alemana, Bubenhofer (2017: 69) considera que la lingüística de corpus ha posibilitado definir de manera más acertada qué podemos considerar como tendencia fraseológica, en el sentido del principio

idiomático de Sinclair, y gracias a la cuantificación estadística fijar el grado de tipicidad. Fuster-Márquez (2017: 403) considera, además, desde el ámbito de la fraseología de las páginas web hoteleras en inglés, que los estudios llevados a cabo con estas metodologías sobre grandes corpus, han puesto de manifiesto el alcance real de las ideas de Sinclair en torno a la fraseología. Este autor remite asimismo a la oposición que según Sinclair opera en la lengua, y se establece entre el *idiom principle* al *open-choice principle*, el primero se refiere al hecho de que los hablantes disponen de un gran número de combinaciones de palabras semiconstruidas que constituyen una elección conjunta, tal y como se ha definido con anterioridad, mientras que el segundo afirma que los usuarios de la lengua construyen frases libremente a partir de palabras guiados únicamente por su conocimiento del léxico de la lengua y de las reglas gramaticales (Fuster-Márquez, 2017: 403). Para Sinclair el principio idiomático o fraseológico tiene prioridad sobre la libre selección de palabras, o principio terminológico, por parte de los hablantes. Desde este enfoque sinclairiano nos hemos aproximado a los textos de las páginas web hoteleras en alemán objeto de este estudio, en las cuales encontramos, como herramienta de comunicación, mensajes que están destinados a ofrecer cierta exclusividad y especificidad discursiva en torno a la oferta hotelera, y, en cambio, expresan a su vez contenidos de manera relativamente convencional y previsible.

Las páginas web hoteleras, que son objeto de estudio en el presente trabajo, pueden estudiarse, desde nuestro punto de vista, desde dos perspectivas básicas, por una parte, desde el punto de vista de la comunicación en el ámbito de la gestión hotelera y el *marketing*, y por otra, desde la perspectiva lingüística, estando ambas perspectivas interrelacionadas. Nuestro trabajo parte de la visión lingüística y pone en relación los aspectos léxico-gramaticales y pragmáticos en el campo de la fraseología con la finalidad de analizar el discurso específico de las páginas web hoteleras en alemán. Desde el punto de vista de la gestión empresarial, las páginas web hoteleras son herramientas de *marketing* para la comunicación externa de las empresas, es decir, para la comunicación con aquellos que no son empleados de las mismas, sino usuarios finales de un producto o servicio. Fuster-Márquez y Gregori-Signes (2018) sostienen que en el caso concreto de

las páginas web de hoteles en inglés, puede afirmarse que predominan en su conjunto los fines promocionales y, en ese sentido, son equiparables en gran medida a los géneros publicitarios, si bien canalizados a través de internet.

El presente trabajo estudia el lenguaje formulaico de las páginas web hoteleras de países de lengua alemana a partir de la identificación y el análisis de paquetes léxicos¹ (*lexical bundles*). Se trata de una investigación basada en metodología de lingüística de corpus sobre la frecuencia, estructura y funciones de dichas secuencias. Nuestro principal objetivo ha consistido en realizar un inventario de los paquetes léxicos más característicos de estos textos y determinar las variaciones de los mismos, a partir de la identificación de marcos fraseológicos (*p-frames*) que hemos puesto en correspondencia. Dicho inventario ha sido objeto de análisis y clasificación siguiendo criterios estructurales y semántico-funcionales, todo ello con el objetivo de su posterior utilidad tanto en la mejora y redacción de este tipo de páginas en alemán por profesionales no nativos, como para la enseñanza del alemán como lengua extranjera especializada en el ámbito del turismo.

Los trabajos de Fuster-Márquez (2014) y Fuster-Márquez y Pennock (2015) sobre paquetes léxicos (*lexical bundles*) y marcos frasales (*p-frames*) en páginas web hoteleras británicas y estadounidenses anteceden y han inspirado nuestro estudio. Estos trabajos se basan en parte en los llevados a cabo sobre el discurso especializado de textos de contextos académicos (Biber et al., 1999; Biber y Conrad, 2003; Biber, Conrad y Cortes, 2004; Hyland, 2008; Römer, 2010). Los paquetes léxicos y marcos fraseológicos actúan, según estos autores, de indicadores para caracterizar a través del análisis de muestras un conjunto de textos la fraseología de discursos especializados, lo cual es útil en el ámbito de aprendizaje de lenguas especializadas y de la traducción. Los paquetes léxicos, como combinaciones de palabras continuas frecuentes, nos ofrecen informaciones sobre el uso recurrente de estructuras con unas funciones discursivas determinadas, mientras que los esquemas fraseológicos nos llevan a recoger la potencial variabilidad de los mismos. Biber, Conrad y Cortes (2004: 400) señalan cómo estas combinaciones ofrecen en el texto

¹ Término en español empleado por el propio autor en una traducción de un artículo al español (Biber, 2005)

una estructura que permite la inserción de nuevas informaciones. Estamos de acuerdo con Römer (2010) en el hecho de que los paquetes léxicos presentan características estructurales y funciones textuales identificables, lo que los convierte en un buen punto de partida para explorar diferencias entre registros, géneros, disciplinas o preferencias de grupos de escritores dentro de una comunidad de práctica a nivel fraseológico.

Esta investigación parte de la concepción de que el lenguaje no es estrictamente compositivo, sino que gran parte de nuestro uso cotidiano del lenguaje está compuesto de expresiones prefabricadas (Stein, 1995; Ellis, 1996; Howarth, 1996; Wray y Perkins, 2000; Wray, 2002; Biber et al., 2004; Mellado, Berty y Olza, 2017; Mellado, Holzinger, Iglesias y Mansilla, 2020). El estudio de paquetes léxicos y esquemas nos ayuda a detectar el espacio gradual en cuyos extremos se sitúan el carácter formulaico, por una parte, y el creativo, por la otra, de los textos de las páginas web hoteleras. De esta manera, la empresa hotelera expresa su profesionalidad y competencia en calidad de miembro de una comunidad de práctica y, a su vez, le permite diferenciarse en su caso de establecimientos competidores directos, expresando la especificidad de su oferta turística. El carácter formulaico es para la presente investigación un concepto marco, centrado en desvelar combinaciones típicas en una situación de comunicación asíncrona del ámbito turístico entre hotel y cliente, a partir del estudio de paquetes léxicos y el posterior análisis de esquemas derivados de ellos.

1.1. Justificación del estudio y estado de la cuestión

En el ámbito del discurso turístico en alemán, se han realizado estudios lingüísticos especialmente desde la perspectiva de la enseñanza de lenguas (Borrueco, 2005, 2006a, 2006b, 2007; Hernández-Medina, 2004a, 2004b, 2005a, 2005b, 2017) y de la traducción y lexicografía (Lombardi, 2013; Bosch, 2006, 2007). Hernández-Medina (2017) ha realizado algunas propuestas didácticas para la enseñanza del alemán para fines específicos (turismo) a partir del análisis léxico y contextual de páginas web hoteleras del ámbito salud y bienestar, y de las cadenas hoteleras. Sin embargo, no conocemos ningún

estudio específico de textos promocionales de alojamientos abordado desde la fraseología. En consecuencia existe un terreno sin explorar en el ámbito de la fraseología de este discurso especializado.

A pesar del consenso general sobre la importancia de las combinaciones de palabras, existe poco acuerdo sobre sus características definitorias, las metodologías para identificarlas, o incluso sobre cómo denominarlas. Bubenhofer (2017: 69) pone de manifiesto igualmente, en el ámbito de la fraseología alemana, la diversidad y poca claridad en la terminología referente a las unidades formadas por varias palabras, entre las que cita las *unidades multimembres*, las *colocaciones*, los *fraseologismos*, las *combinaciones de palabras usuales* y los *paquetes léxicos*. Sin embargo, entendemos que el estudio fraseológico se muestra relevante como indicador que nos permite identificar y analizar el discurso. En esta línea, Bubenhofer (2008: 18) afirma que una combinación de palabras puede ser típica de un tipo de texto, de un texto concreto, o de una forma de comunicación concreta. En el ámbito actual de la lingüística alemana han visto la luz trabajos de combinaciones recurrentes en diferentes tipos de textos en el ámbito de discursos especializados de larga tradición como el de la economía (Caro, 2004), del derecho (Tabares, 2014), la política (Bubenhofer, 2009; Vujčić, 2018) la medicina (Kühntz, 2007; Pfab 2012; Schäfer, 2018) o la prensa (Pfeiffer, 2016). Además se han llevado a cabo estudios sobre la lengua en la publicidad (Janich, 2013).

En el ámbito anglosajón, Fuster-Márquez estudia específicamente las páginas web hoteleras desde la perspectiva de la lingüística de corpus (Fuster-Márquez 2014, Fuster-Márquez y Pennock-Speck 2015), y concluye que la fraseología es un elemento importante dentro de estos textos promocionales, cuyo objetivo discursivo es fundamentalmente persuasivo. Asimismo, este autor (Fuster-Márquez, 2017: 402) observa la existencia de secuencias más flexibles, aunque menos canónicas en torno al núcleo de los paquetes léxicos. Dicha variabilidad fraseológica de los paquetes léxicos centrales en turismo promocional es, según este autor, mayor de lo esperado. No obstante se observa que los redactores de las páginas web de hoteles muestran una preferencia por un patrón, el de las secuencias prefijadas no modificadas (Fuster-Márquez, 2017: 416).

1.2. Hipótesis y objetivos del trabajo

Una cuestión central de nuestra investigación es si efectivamente hay en alemán una fraseología específica sustancialmente importante para las páginas web de alojamientos hoteleros, tal como la investigación de Fuster-Márquez (2014) ha constatado en el ámbito de las páginas web hoteleras del ámbito anglosajón. Partimos de la hipótesis de que para el alemán vamos a encontrar igualmente este tipo de marcos frasales y paquetes léxicos con características similares, aun teniendo en cuenta la idiosincrasia de cada una de las lenguas.

Fuster-Márquez (2014: 87) observa desde la perspectiva del discurso, dos tipos principales de texto en las páginas web hoteleras: uno caracterizado por un lenguaje promocional y otro de carácter transaccional. El objeto de estudio de este trabajo se centra en los textos que este autor clasifica como promocionales y que consideramos centrales de estas páginas web. Los textos considerados transaccionales, y que por ley son obligatorios, son elementos frecuentemente anexados a las web hoteleras en el ámbito alemán, de modo que son textos descargables y no forman parte de nuestro corpus.

Nuestro objetivo es identificar y analizar los paquetes léxicos característicos de los textos objeto de estudio. Para ello hemos extraído y filtrado engramas de entre tres y cinco palabras, con el objetivo de obtener un listado de paquetes léxicos, el cual hemos analizado posteriormente en mayor detalle, de manera más cualitativa. Distinguiremos en este trabajo entre engramas y paquetes léxicos. Entendemos que los engramas consisten en secuencias de palabras continuas de n elementos, donde n es un valor numérico, mientras que los paquetes léxicos son un tipo de secuencia concreta, mucho más ligado al estudio del discurso (§3.3.5.). Todo ello se ha realizado a partir de un enfoque empírico e inductivo, de carácter cuantitativo y cualitativo, mediante la aplicación de una metodología de corpus.

Partimos de la hipótesis de que los textos de las páginas web hoteleras en alemán recurren a una serie de combinaciones de palabras que son características de los mismos

y que guardan unas constantes estructurales y semántico-funcionales. Asimismo, nuestro estudio se fundamenta en el análisis de una muestra suficientemente amplia de páginas web hoteleras de países de habla alemana y partimos de la hipótesis de que en los textos objeto de esta investigación correspondientes a las zonas geográficas de Alemania, Austria y Suiza, no reflejan diferencias lingüístico-discursivas significativas, pese a ser tres zonas que presentan peculiaridades de carácter diatópico. Las preguntas clave de las que partimos son las siguientes:

- ¿Qué paquetes léxicos recurrentes de entre tres y cinco palabras son característicos de las páginas web hoteleras en alemán?
- ¿Qué estructura presentan los paquetes léxicos identificados?
- ¿Qué funciones cumplen dichos paquetes léxicos en los textos estudiados?
- ¿Responden dichos paquetes léxicos a marcos fraseológicos (*p-frames*) frecuentes?
- ¿Qué variaciones presentan los rellenos de los huecos o *slots* en los marcos frasales y qué preferencias y restricciones existen?
- ¿Hay una presencia comparable de paquetes léxicos en alemán de páginas web hoteleras de Alemania, Austria y Suiza en este tipo de discurso o existen preferencias concretas en cada una de las “variedades nacionales”?

1.3. Estructura del trabajo

La presente investigación está dividida en tres partes. Tras este primer capítulo introductorio, en la Parte I se establece el marco teórico de la investigación, dividiéndose en tres capítulos. El capítulo 2 lo dedicamos al lenguaje formulaico a partir de cuatro diferentes conceptualizaciones. Dos de ellas son autores en el ámbito de la lengua alemana, lo representan la conceptualización de *formelhafte Sprache* de Stein (§2.1.) y el de la *idiomatische Prägung* de Feilke (§2.2.). El apartado §2.3 recoge el concepto de Wray de lenguaje formulaico y el §2.4. se dedica plantear las bases de la gramática de construcciones. A continuación, dedicamos el capítulo 3 a la fraseología, donde

distinguimos el enfoque taxonómico o tradicional (§3.1.), y el probabilístico (§3.2). Para cerrar este capítulo recogemos algunos modelos de estudio de lo fraseológico relevantes, como son el modelo de *usuelle Wortverbindungen* de Steyer (§3.3.1.), el modelo de construcciones fraseológicas de Dovrobolskji (§3.3.2.), el modelo de *Sprachgebrauchsmuster* de Bubenhofer (§3.3.3.), el *Phraseological Profile Model* de Römer (§3.3.4.) y el de *lexical bundles* de Biber et al. (§3.3.5.). Por último en esta parte dedicamos un breve capítulo 4 al discurso turístico (§4.1.) y a las páginas web (§4.2.).

La Parte II del trabajo se dedica a la descripción de los corpus y la metodología utilizados para la investigación. En primer lugar se da cuenta del proceso de compilación y las características del corpus *Korpus Deutscher Hotelwebseiten* (KoDeHo) (§5.1.), en segundo lugar, se describe el corpus de referencia empleado a través de *Sketch Engine* (§5.2.). El capítulo 6, el cual explica la metodología adoptada para el análisis, está subdividido en cinco apartados referidos a los siguientes pasos: proceso de extracción de engramas (§6.1.), filtrado de los mismos (§6.2.), clasificaciones estructural y semántico-funcional (§6.3.), identificación de marcos frasales a los paquetes seleccionados (§6.4.) y comparación entre subcorpus (§6.5.).

En la Parte III se lleva a cabo el análisis y la discusión de resultados. En primer lugar, en el capítulo 7 se da cuenta de la extracción (§7.1.), análisis (§7.2.) y clasificación (§7.3.) de los paquetes léxicos y finalmente se ofrece una selección de paquetes considerados característicos de las páginas web hoteleras analizadas (§7.4.). En segundo lugar, el capítulo 8 se detiene en el análisis de la variación interna de los paquetes léxicos. En el capítulo posterior se realiza el contraste entre los subcorpus en KoDeHo (§9.).

Finalmente se plantean las conclusiones y líneas futuras de investigación (§10.) tanto en español como en alemán.. A continuación, el trabajo se cierra con los recursos bibliográficos empleados para su elaboración, el índice de figuras y tablas que se han visto a lo largo del texto, y los anexos.

PARTE I - MARCO TEÓRICO

2. LENGUAJE FORMULAICO

2.1. El concepto de <i>formelhafte Sprache</i> de Stephan Stein	35
2.2. El concepto de <i>idiomatische Prägung</i> de Feilke	37
2.3. El concepto de <i>formulaic language</i> de Alison Wray	38
2.4. Gramática de construcciones basada en la lengua en uso (<i>gebrauchsbasierte Konstruktionsgrammatik</i>)	40

El estudio del lenguaje formulaico es un fenómeno que se desarrolla especialmente a partir de los años 70 del siglo pasado. A juicio de Wood (2002: 2) la lexicografía británica tuvo un rol fundacional en el llamado lenguaje formulaico a partir de la observación del comportamiento del lenguaje en grandes corpus de lengua en uso en los cuales se pudo identificar la tendencia de las palabras a co-ocurrir o aparecer juntas (Sinclair, 1991). Sin embargo, la fraseología es un fenómeno que ha sido estudiado desde diferentes tradiciones y disciplinas. Wray y Perkins (2000) definen las secuencias formulaicas como unidades pluriverbales de la lengua, continuas o discontinuas, que parecen mostrar un carácter prefabricado, en el sentido en que se almacenan y se recuperan de la memoria como un todo. En este sentido Wood (2015: 3) reconoce un cierto consenso en considerar que se trata de un fenómeno pluriverbal, que tiene un único significado o función y que posee un carácter prefabricado.

El término de lenguaje formulaico se refiere a un conjunto de unidades muy amplio que tienen una relevancia en la adquisición de una lengua (Pawley y Syder, 1983; Wray y Perkins, 2000), en pragmática (Coulmas, 1981; Nattinger y DeCarrico, 1992), en el discurso (Altenberg, 1998) o en el procesamiento cognitivo de la lengua (Wray, 2008). Dicho término se refiere al conjunto de las secuencias formulaicas y se diferencia de la fraseología en cuanto que esta representa un tipo concreto de lenguaje formulaico (Wood, 2015: 2). En cuanto a metodología de investigación en lenguaje formulaico se diferencia entre los métodos de arriba abajo (*top down*) que clasifican el lenguaje formulaico empleando determinados criterios semánticos o sintácticos y, por otra parte, los métodos distribucionales o de abajo arriba (*bottom up*), los cuales emplean el análisis de corpus y umbrales de frecuencia para identificar secuencias, clasificándolas en ocasiones según funciones discursivas y son fundamentalmente inductivos (Wood, 2015).

El reconocimiento del carácter formulaico de la lengua está en relación con el reconocimiento de que las lenguas funcionan a partir de la confluencia de lo usual, de lo convencionalizado, de lo modélico y de la variación en distintos niveles lingüísticos del sistema. El lenguaje formulaico se relaciona con el de discurso repetido de Eugenio

Coseriu. Como señala Ruiz (1997: 25) Coseriu “Ya en 1964, dentro de un trabajo referido al léxico, acuña el término discurso repetido, que recoge las unidades de la fraseología, como opuesto a la técnica libre del discurso.” Asimismo Zuluaga (1980) considera la reproducción de las unidades fraseológicas como un factor constitutivo de las mismas, lo cual “conduce a la fijación de la expresión en una forma determinada, quedando excluidas por la norma lingüística social otras formas que, según el sistema, también serían posibles” (Corpas, 1996: 21).

Corpas señala entre las ventajas del uso formulaico el hecho de que muchas combinaciones de palabras apropiadas para determinados objetivos comunicativos no tienen que crearse de nuevo mediante las reglas de la gramática, sino que pueden ser recuperadas directamente como piezas para su uso y ser integradas en la producción lingüística. Como afirma Stein (1995: 107) a veces no ayuda tampoco una expresión gramaticalmente correcta cuando se espera una expresión rutinaria. Las rutinas lingüísticas ahorran la nueva creación de expresiones y facilitan el proceso de formulación. La creatividad forma parte, por tanto, de la competencia lingüística, sin embargo, reproducción y formulaicidad resultan de la recurrencia de las situaciones y de las tareas comunicativas y por eso están siempre sometidas a las condiciones pragmáticas.

Stein (1995: 117) recuerda que las reglas de producción, aunque con límites, no solo sirven para las combinaciones de palabras libres, sino para las combinaciones fijas. A pesar de que el concepto de fórmula sugiere estabilidad, sin embargo, deja margen para la actuación de creatividad. La variación de combinaciones de palabras fijas la recogen asimismo Burger, Buhofer y Sialm (1982), los cuales afirman que muchas unidades fraseológicas y expresiones formulaicas admiten modificaciones de tipo morfosintáctico y léxico. Algo diferente, pero en el ámbito de lo formulaico, representan los esquemas fraseológicos (*Phraseoschablonen*), los cuales son expresiones que precisan de ser completadas léxicamente. Lo formulaico se restringe en este caso en palabras de Stein (1995: 121) a un andamiaje: la ocupación según el contexto de los espacios vacíos de una estructura funcional incompleta, la cual es recuperada del lexicón mental y sirve para dar sentido a la comunicación. Stein (1995: 249) destaca la reproducción frente a la

automatización. El reproducir en la lengua hablada implica adaptar una unidad a otros factores comunicativos o verbales, ya sean léxicos, gramaticales o semánticos, por lo que es imprescindible una cierta creatividad para introducir tales secuencias. Cuando en el intercambio comunicativo para determinados problemas recurrentes se emplean las mismas soluciones, estas se van fijando a nivel microestructural en la memoria. Esto facilita el procesamiento cognitivo, tanto para el emisor como para el receptor (Stein, 1995: 290). Según Stein (1995: 337) el productor del texto se beneficia, en consecuencia, si domina el formato de texto y las expresiones típicas, que pueden ser adaptadas al contexto concreto de comunicación.

Corpas (cf. 1996: 16 y ss.) señala que las pruebas sobre la existencia de combinaciones de palabras recurrentes provienen de dos disciplinas interrelacionadas: la lingüística y la psicolingüística. Según esta autora, las investigaciones de grandes corpus informatizados han puesto de manifiesto el papel central de las combinaciones de palabras en la producción lingüística (Cowie, 1990; Sinclair, 1991). Cuanto más frecuente se emplee una combinación, más probable será que se establezca como expresión fija, la cual se almacenará en la memoria por los hablantes nativos (Pawley y Syder, 1984).

La lingüística de corpus se ha convertido a juicio de Steyer (2013: 68) en un hiperónimo, el cual agrupa a diferentes métodos y corrientes que tienen en común el tratamiento y valoración de datos en masa. La aplicación de la lingüística de corpus ha permitido comprobar, particularmente a partir de los años noventa, el carácter formulaico de las lenguas estudiadas. El interés inicial de estudio descansaba en las relaciones sintagmáticas de una palabra, tal como Firth (1969) incorpora ya en 1951 a partir del concepto de colocación, previo a los desarrollos informáticos que traerán consigo la lingüística de corpus. A partir de evidencias empíricas de corpus se observa que, para describir el significado de una palabra, es necesario hacerlo “*by the company words keep*” (cf. Filatkina, 2018: 45). En este sentido, la tesis de Sinclair (1991: 110) se basa en el carácter ambivalente de la comunicación humana: tanto las formas escritas como las orales son resultado de la relación entre libertad lingüística en el proceso de elección (*open choice principle*) y el uso de un gran número de elementos semiprefabricados que

son empleados como un todo. Sinclair denomina este segundo aspecto de la comunicación como el principio idiomático (*the idiom principle*), y con ello no se refiere solo a las locuciones o secuencias totalmente fijas y no composicionales en el sentido de la fraseología tradicional o ‘taxonómica’ (Groom, 2017), sino también y sobre todo a aquella fraseología cuyas partes pueden analizarse y son variables (cf. Filatkina, 2018: 46). Aun cuando la investigación con los textos de un corpus parcial no siempre ofrece todas las respuestas, al menos sí se obtienen bastantes evidencias para considerar que una lengua parece otra cuando se observa en su conjunto. La lingüística de corpus arroja evidencias que hasta ahora el lingüista no podía obtener con certeza absoluta, sino que tenía que confiar en su intuición, capacidad y experiencia profesional (Sinclair 1991: 100).

Tras estos resultados revolucionarios de Sinclair, se ha establecido en la lingüística computacional y de corpus, un paradigma de investigación, dedicado especialmente a resolver las preguntas teóricas sobre la formulaicidad, además de dar respuesta a preguntas prácticas sobre la traducción automática y la elaboración de diccionarios. Como señala Filatkina (cf. 2018: 46), la teoría del significado basada en corpus (Stubbs, 2002; Hoey, Mahlberg, Stubbs y Teubert: 2007) es un desarrollo directo de las ideas de Sinclair. En su centro no está la palabra, sino la unidad de significado (*unit of meaning*) o la unidad léxico semántica (*léxico-semantic unit*) como esquema abstracto, que puede ser realizado en la expresión lingüística, a través de locuciones o colocaciones, y que pone en relación tanto léxico, gramática (*coligación*), preferencia semántica (preferencias por palabras de determinados campos semánticos) y prosodia semántica (pragmática). Nuestro conocimiento lingüístico no es, por tanto, el conocimiento de palabras aisladas, sino el de un gran número de combinaciones de las mismas. Incluso coocurrencias aparentemente libres no son totalmente arbitrarias en su combinación, sino que muestran preferencias.

2.1. El concepto de *formelhafte Sprache* de Stephan Stein

Stein (1995: 57 y ss.) define las unidades formulaicas de una lengua como aquellas unidades que, “a través de la recurrencia, es decir del uso habitual, se solidifican o lo harán. Por motivo de su fijación en el uso se lexicalizan o lexicalizarán, es decir que forman parte del vocabulario o lo serán, de modo que serán reproducidas como unidades léxicas”. A esta definición se le añaden tres consecuencias: que la recurrencia de uso se considera como un factor importante, que conlleva a la consolidación de una combinación de palabras; en segundo lugar, que los rasgos de recurrencia, fijación en el uso o lexicalización y reproductibilidad no se limitan a un tamaño concreto, sino que pueden afectar a lexemas aislados, una combinación de ellos, a fragmentos de texto o incluso a textos completos; y en tercer lugar, que la característica más importante de las unidades formulaicas no es la semántica concreta sino su función comunicativa. Tanto en la lengua hablada como en la escrita aparecen elementos formulaicos como medios convencionalizados y estandarizados para abordar tareas de expresión recurrentes.

Stein (1995: 11) entiende el uso de la lenguaje formulaico por su carácter de prototipo, en cuanto que no solo esquematiza la comunicación, sino también su modo de expresión, el cual hace que la composición lingüística se mantenga en los límites de lo conocido y ya establecido. Filatkina (2018: 31) señala que el carácter formulaico concebido por Stein afecta a toda la estructura y realización lingüística de textos, las cuales conforman la formulaicidad a modo de esquema (*schablonenartige Musterhaftigkeit*) en la formación textual e interactiva. Para Stein (2012) el carácter formulaico ofrece estabilidad al texto y no pone en cuestión el uso variable y la creatividad en estructuras fuertemente convencionalizadas. Aquí se deja entrever el pensamiento de Sinclair en torno al papel de los principios idiomático y de libre elección de la lengua (*idiom principle* y *open-choice principle*).

Según Stein (1995: 13) la formulaicidad y la creatividad son dos principios de creación textual contrapuestos y que son relevantes tanto en la lengua oral como en la escrita. Recurrir a la formulaicidad puede ser entendido como una convención de la comodidad, dado que en las formas lingüísticas ya fijadas se encuentran escondidas

experiencias culturales ya establecidas que son fijadas y memorizadas. En este sentido Fuster-Márquez (2014: 90) constata que, el redactor de páginas web hoteleras del ámbito anglosajón, tiene a su disposición un inventario fraseológico al que pertenecen marcos con palabras variables que comparten afinidades semánticas o gramaticales.

Respecto a las funciones más importantes del lenguaje formulaico Stein (1995: 291), al igual que Feilke (1989) y Wray (2002), destacan la simplificación o su menor esfuerzo a nivel cognitivo en la expresión y la seguridad que ofrece al hablante en el uso de la lengua para la producción textual. El menor esfuerzo cognitivo implica que el hablante posee un bagaje de conocimiento lingüístico y cultural, al que como miembro de una comunidad de hablantes puede recurrir en cada momento. Este bagaje es el resultado de la adquisición de una lengua, pero también de la experiencia comunicativa de los hablantes y de la repetición, sobre la que se basa una rutinización, que este autor denomina también rutina de formulación (*Formulierungsroutine*). Según Stein (2003: 123-132) su uso como marcadores textuales en diversas situaciones comunicativas es parte constitutiva de una estrategia de producción textual y de formulación tanto en el micronivel de las realizaciones lingüísticas concretas como en el macronivel de la concepción de textos escritos (cf. Filatkina, 2018: 31). Este fenómeno de reproducción frente al de producción implica dos aspectos: por una parte, que las expresiones fijas son almacenadas como unidades complejas en el lexicón mental del hablante; y, por otra, que las expresiones fijas pueden ser recuperadas en el proceso de producción lingüística escrita o hablada (Stein, 1995: 35).

En este sentido, para las expresiones no idiomáticas es decisiva su capacidad de uso en la comunidad lingüística. Su fijación se relaciona con su uso reiterado, pero solo a partir de su frecuencia de uso se concretan en unidades fijas, las cuales son reproducidas lingüísticamente en el proceso de uso. Stein señala además que las variantes en textos escritos, a diferencia de los orales, pueden tener intenciones estilísticas más meditadas y elaboradas. En general, la discusión en torno a los rasgos de las expresiones fijas pone de manifiesto que no es posible proponer una definición plausible que sirva para todos los casos y que permita una delimitación clara entre las expresiones libres y fijas o entre

distintas formas de una misma expresión fija (Stein, 1995: 41). El hecho de considerar el criterio del uso reiterado supone que el aspecto de la reproducibilidad tiene una alta valoración. La expresión formulaica sería un hiperónimo de unidad fraseológica.

2.2. El concepto de *idiomatische Prägung* de Feilke

En relación con las discusiones de la sociología, Feilke (1994: 209-210) presupone que cada acción comunicativa es reconocible a través de un comportamiento típico. La actuación verbal se entiende, entre otras cosas, como proceso de institucionalización de patrones culturales y lingüísticos sobre los estadios de tipificación, esquematización y habituación. Feilke (1994) denomina competencia del sentido común o *Common-sense-Kompetenz* a la competencia expresiva o el conocimiento lingüístico-pragmático del contexto. Con ello este autor se refiere a las preferencias de interpretación de determinadas expresiones, que están basadas en la experiencia. De esta forma, Feilke (1994: 15) se refiere al carácter idiomático de la lengua (*idiomatische Prägung*), entendiendo idiomático como formulaico. Feilke afirma que a través de la experiencia lingüístico-comunicativa poseemos un conocimiento que nos permite saber no solo qué expresión o combinación sería posible para expresar algo concreto, sino cuál es la forma más típica o convencional de hacerlo (cf. Stein, 1995: 15). En este sentido Bubenhofer (2009) entiende también el estudio en alemán de los patrones de la lengua en uso o *Sprachgebrauchsmuster* desde la perspectiva de la lingüística de corpus.

Para Feilke (1994: 226), el carácter formulaico o *idiomatische Prägung* no es atribuible solo a palabras simples, sino que está asociado a los cambios de las coocurrencias contextuales y cotextuales. Por lo tanto, el carácter formulaico no depende únicamente del significado denotativo de la lengua, sino también de la práctica comunicativa en la que está inserto. Para este autor la fuerza motora y las causas del carácter formulaico de la lengua son la selección y la preferencia (Feilke, 1994: 370). Estos dos aspectos contribuyen a que, por parte del hablante, no solo se elija una variedad de modos de expresión morfosintácticamente correctos y posteriormente fijados en el uso,

sino que tales modos de expresión sean también típicos y propios de una situación comunicativa concreta. Según Feilke (2004: 41), el proceso de selección es solo pragmático, motivado a partir de las necesidades de la acción lingüística respectiva y transcurre de forma convencional. Sin embargo, únicamente la producción y recepción misma de una expresión no garantiza que los hablantes la dominen y valoren como un signo comunicativo convencional. Por el contrario, hay expresiones de baja recurrencia en contextos especializados, que son formulaicos en ese contexto. De esta forma, cuando analizamos patrones fraseológicos, dada la existencia de casillas variables, mientras que el patrón, ya sea con variaciones o no, ha de ser recurrente, las diferentes realizaciones no tienen por qué serlo para considerarlas formulaicas. Feilke considera la frecuencia de repetición como un aspecto secundario y da por el contrario más relevancia al contexto de las expresiones, que es lo que a su juicio es reiterado. Filatkina (2018: 28-29) recoge los tres campos que se ven simplificados en la comunicación por el carácter formulaico de la lengua según Feilke: el sintáctico: a nivel de las operaciones combinatorias, (*wenn ich richtig verstehe [...]*); el semántico: a nivel de las acciones de conceptualización semántica, de la denominación, no de la acción (*ab und zu, ins Gras beißen, auf großem Fuß leben*); y el pragmático: a nivel de la acción social o de la actividad comunicativa performativa (*Ich liebe Dich!, verstehen Sie mich nicht falsch [...]*!).

2.3. El concepto de *formulaic language* de Alison Wray

Alison Wray (2002: 9), en un trabajo sobre lenguaje formulaico en diferentes campos como son el análisis del discurso, la adquisición de la L1, las patologías lingüísticas y la lingüística aplicada, define el término de lenguaje formulaico como: “*a sequence, continuous, of words or other elements, which is, or appears to be, prefabricated: that is, stored and retrieved whole from memory at the time of use, rather than being subject to generation or analysis by the language grammar.*”² Wray (2002: 9)

² “Una secuencia, continua, de palabras u otros elementos, que es, o parece ser, prefabricada: es decir, almacenada y recuperada íntegramente de la memoria en el momento de su uso, en lugar de ser generada o analizada por las reglas gramaticales del lenguaje”. [Traducción propia]

hace referencia a aquellas secuencias frecuentes que son combinaciones con un grado de fijación diverso y que son preferidas por los hablantes: junto a secuencias fijadas sintácticamente de modo casi absoluto, se encuentran otras prefabricadas. Además, señala cómo otras secuencias dejan margen a la variación y, por lo tanto, hay expresiones formulaicas que pueden estar sujetas a cambios ya sea por motivos lingüísticos o por necesidades comunicativas. Esta autora plantea además el problema sobre criterios de identificación de lenguaje formulaico en textos. ¿Deberíamos guiarnos por la intuición o por la frecuencia? ¿O han de ser más bien restricciones morfosintácticas, rarezas fonológicas y semánticas, indicios condicionados al tipo de texto? Wray señala que la clave de la formulaicidad ha de estar en un conjunto de criterios concebido formal, semántica y funcionalmente (cf. Wray, 2008: 40-41), el cual, sin ser clarificador, al menos sirva de base empírica a partir de la cual el investigador construya su intuición. Al igual que Feilke pone en entredicho el criterio de la frecuencia como único elemento decisivo, ya que algunas expresiones aparecen con poca frecuencia a causa de su estrecha relación con un determinado tipo de texto o una connotación cultural, pero no dejan de ser por ello formulaicas (cf. Filatkina, 2018: 43).

Filatkina (2018: 44) considera que la formulaicidad es, como otros conceptos en Wray, tan solo una cara del procesamiento lingüístico, junto con la posibilidad de la creatividad basada en reglas y la combinatoria libre. Wray recoge las ventajas de la formulaicidad que resume en los siguientes aspectos:

- reducir el esfuerzo cognitivo y articulatorio;
- construir la propia individualidad y la individualidad como miembro de un grupo a través de la adopción tanto de expresiones de prestigio como expresiones específicas del grupo;
- influir de forma más efectiva en el oyente; y
- estructurar el discurso.

2.4. Gramática de construcciones basada en la lengua en uso (*gebrauchsbasierte Konstruktionsgrammatik*)

Filatkina (2018: 32) señala que ya en los años 80 empieza a tener la convencionalización y modelación un papel central en las nuevas teorías gramaticales en el contexto de la investigación angloamericana, las denominadas gramáticas de construcciones. Estas teorías surgen como respuesta a la inadecuación de los enfoques generativos y se distinguen de ellos fundamentalmente por su orientación al uso de la lengua. Estas rechazan por tanto la modelización de la lengua y ponen el acento en el carácter global, se interesan por la sintagmática y ponen de relieve con ello las combinaciones de palabras.

Todas estas corrientes comparten la premisa, según Filatkina (2018: 33), de que la lengua humana consiste, en todos sus niveles lingüísticos, en signos que son correspondencias convencionalizadas de forma y significado. Tales signos se denominan construcciones y son el punto central de las investigaciones. La definición de construcción según Goldberg (2006), Fillmore (2013) y Kay y Fillmore (1999) se puede parafrasear como parejas convencionalizadas de forma y significado, el cual puede o no ser composicional en sentido idiomático (Goldberg, 2006: 5) que están fijados (*entrenchment*) cognitivamente y convencionalizados en una comunidad de hablantes según un modelo concreto. Por lo tanto, las construcciones pueden ser tanto morfemas y lexemas simples, como formas verbales abstractas perifrásticas como las analíticas de futuro, perfecto o pasiva, oraciones completas o tipos de palabras o relaciones sintácticas. Una lengua se concibe como un continuo entre el léxico pasando por secuencias idiomáticas o parcialmente idiomáticas hasta estructuras gramaticales abstractas.

La hipótesis del continuo de la gramática de construcciones parte de la premisa de que el inventario de signos no ha de ser entendido como una mera agrupación de construcciones, sino como una red, en la que todas las construcciones con diferentes grados de especificación o esquematización están fuertemente relacionadas; Goldberg (2003: 219) describe esa red como construcción. Pero a la vez esta construcción no es algo estático. El convencionalismo de la construcción, como principio básico del saber lingüístico, es ya para Langacker (1987: 65) la otra cara de la variación: las personas

poseen la capacidad de construir la misma situación de comunicación de un modo diferente, sin poner en peligro los mecanismos de la expresión y de la comprensión (cf. Filatkina, 2018: 34). Las expresiones formulaicas se encuentran, según estas tres concepciones de las gramáticas de construcciones, en el eje central de las construcciones, por una parte, entre los patrones gramaticales abstractos fuertemente esquematizados, y los morfemas y lexemas con un escaso grado de esquematización, por la otra.

3. FRASEOLOGÍA

3.1. Enfoque taxonómico de la fraseología	45
3.2. Enfoque probabilístico de la fraseología	52
3.3. Modelos de estudio de lo fraseológico	53

Granger y Paquot (2008) señalan la dificultad de la fraseología para establecerse como disciplina a causa de la amplitud de campos que abarca, pero especialmente debido a la vasta terminología asociada a ella. En este contexto distinguen entre dos enfoques del estudio de expresiones pluriverbales: un enfoque fraseológico y otro distribucional (Evert, 2004) o basado en frecuencia (Nesselhauf, 2004). Groom (2017) reconoce igualmente estos dos enfoques en el ámbito de la fraseología, y prefiere denominar al fraseológico o tradicional, como taxonómico por el hecho de señalar su interés principal en desarrollar y trabajar con taxonomías formales de unidades fraseológicas. El segundo enfoque, el cual considera la fraseología como una característica más de la lengua, lo denomina este autor como probabilístico en la medida en que se considera la existencia de combinaciones de palabras que tienden a coocurrir en mayor grado y que son más probables que otras. Este segundo enfoque genera un amplio rango de combinaciones de palabras que no encaja en categorías lingüísticas redefinidas (Granger y Paquot, 2008: 2).

3.1. Enfoque taxonómico de la fraseología

La fraseología tradicional o taxonómica se desarrolla en la antigua Unión Soviética en los años 30 y 40 a partir de la influencia del *Traité de Stilisque Française* de 1909 de Ch. Bally, cuyos postulados no se seguirán de momento en el centro y oeste de Europa (Palm, 1995). Ruíz (1997: 20) afirma que Bally es el fundador real de la fraseología ya que en esta obra “acuña el término y le da valor con el que se emplea habitualmente”. Bally parte de que la esencia de la unidad fraseológica reside en su naturaleza semántica y distingue entre grupos de palabras sin idiomatidad, es decir, series fraseológicas, y unidades fraseológicas, caracterizadas por constituir grupos de palabras con idiomatidad (Palm, 1995: 106)

Vinogradov recoge la herencia de Bally y con sus trabajos de 1946-47 favorece el rápido desarrollo de la fraseología soviética. Su clasificación de tres tipos de fraseologismos estuvo vigente durante mucho tiempo y fue adaptada al alemán por Klappenbach, Černyševa y Reichstein al alemán y Amosova y Kunin al inglés (Palm,

1995: 106). La fraseología se inicia como disciplina dentro de la lexicología y se desarrolla poco a poco como una disciplina autónoma, la cual se ocupa de analizar los rasgos de los fraseologismos, su función y su origen. Según Ruíz (1997: 21 y ss.) la idea de que la fraseología pudiera adquirir un estatus independiente de otras disciplinas se debe a estos trabajos.

3.1.1. Estudio de la fraseología alemana tradicional

La historia de la investigación de la fraseología alemana la subdivide Kühn (2007: 626 y ss.) en tres fases: una primera fase precientífica (entre 1500-1970); una segunda fase inicial (entre 1970-1982), donde cristaliza la verdadera investigación en fraseología en Alemania desde principios de los años 70 bajo el influjo de la investigación soviética; y una tercera fase de consolidación (1982-2007), en la que se produce una expansión paulatina de su objeto de estudio, a la vez que se reconoce el carácter gradual de las unidades fraseológicas. Esta tercera fase la inician los trabajos introductorios de Burger et al. (1982) y Fleischer (1982). Es en esta fase en la que Stumpf (2015: 13) observa que el enfoque estructural lingüístico se sustituye de forma progresiva por planteamientos semánticos, pragmáticos y textuales. La concepción de fijación y de formulaicidad conllevan una estrecha relación de la investigación de la fraseología con otras subdisciplinas lingüísticas fronterizas, como son la investigación en la lengua oral y la lingüística de corpus.

Precisamente la publicación del volumen de Burger (2007) *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*, donde Kühn hace este resumen histórico de la historia de la fraseología, es la que Stumpf (2015: 14) interpreta como el inicio de una fase de especialización. Para este autor la aceptación de la fraseología en la serie de manuales sobre lingüística y ciencias de la comunicación (*Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft*) posibilita la transición a la fase actual y muestra que esta se ha desarrollado desde hace tiempo como una disciplina independiente. Según Stumpf (2015: 15) actualmente nos encontramos en una fase caracterizada por la especialización, es decir, por seguir relativizando los límites entre el uso lingüístico libre y el fraseológico, que se refleja sobre todo en las abundantes

investigaciones en colocaciones entendidas en su sentido más amplio. Asimismo, el desarrollo de los enfoques de la lingüística de corpus y computacional se perciben como métodos sólidos para la investigación fraseológica, los cuales posibilitan el descubrimiento de modelos y patrones altamente frecuentes del uso lingüístico desde enfoques cuantitativos, inexistentes con anterioridad (Stumpf, 2015; Bubenhofer, 2009; Steyer, 2013). Los estudios de la lingüística de corpus muestran que la formulaicidad no solo se manifiesta en forma de fijación semántica, estructural o pragmática, sino que las unidades formulaicas pueden establecerse también a través de la frecuencia de uso o de coocurrencia (Steyer, 2013).

El enfoque fraseológico o taxonómico (Groom, 2017) es en el que se ha desarrollado la fraseología alemana de manera tradicional, como una disciplina de investigación más o menos independiente dentro de la lingüística. Dobrovolskij (1992: 29) confiere a la fraseología una posición dentro de la lingüística moderna, resultante de la difuminación de los límites tradicionales de la fraseología y de su relación asociada a las diferentes teorías lingüísticas, métodos y disciplinas. Algunos autores (Stein, 2018; Stumpf, 2015) consideran que, la cooperación intra- e interdisciplinar difumina los límites del objeto de estudio de la fraseología y esto conlleva dificultades de cara a delimitarla frente a otras subdisciplinas lingüísticas. A juicio de Stumpf (2015: 12) la fraseología puede verse actualmente como un ámbito homogéneo a pesar de la sucesiva ampliación de su objeto de estudio y de su apertura intradisciplinar.

Según Burger (2007: 1-10) en la historia reciente de la fraseología como disciplina dentro de la lingüística, se ha probado que las unidades fraseológicas tienen que ser entendidas como elementos importantes dentro del sistema de la lengua, del léxico y de la cultura. Burger (2015: 29) llama la atención sobre el hecho de que se pasa por alto que en cada lengua hay un inventario de combinaciones de palabras preformadas las cuales pueden ser recuperadas del almacenamiento mental sin tener que juntarlas cada vez que se deban utilizar. Esta idea nos remite, sin embargo, a la concepción del principio idiomático de Sinclair.

Según este enfoque, las unidades fraseológicas forman, junto con los lexemas simples, el léxico de una lengua, aunque dada su estructura plurimembre deben ser estudiados como signos complejos combinados (Filatkina, 2018: 15 y ss.). Desde los inicios de la fraseología, esta se ocupa de unidades muy heterogéneas como las que se ven en la Tabla 1.

Tipos de unidad fraseológica	Ejemplo
locuciones	<i>ins Gras beißen</i>
colocaciones	<i>kochendes Wasser eine Entscheidung treffen</i>
fórmulas rutinarias	<i>Herzlichen Glückwunsch!</i>
fraseologismos gramaticales	<i>nicht nur – sondern auch</i>
esquemas fraseológicos (Modellbildungen)	<i>Kopf an Kopf; Schritt für Schritt</i>
parejas fraseológicas (Paarformeln)	<i>klipp und klar</i>
comparaciones fijas	<i>frieren wie ein Schneider</i>
términos fraseológicos	<i>rechtliches Gehör</i>
cinigramas	<i>die Achsel zucken</i>
citats, lugares comunes geflügelte Worte	<i>Sein oder Nichtsein das ist hier die Frage</i>
unidades fraseológicas onomásticas	<i>Rotes Meer</i>

Tabla 1. Unidades fraseológicas tradicionalmente estudiadas en alemán (Filatkina, 2018)

La razón de que la investigación europea en fraseología estuviera desde sus inicios durante mucho tiempo orientada semántica y pragmáticamente hizo que se centrara en unidades fraseológicas idiomáticas, en el sentido de unidades con significado no composicional (Filatkina, 2018: 16). Estas formaban el núcleo del modelo centro-periferia de las unidades fraseológicas, relegando a la periferia a otros tipos, especialmente colocaciones, patrones, unidades fraseológicas gramaticales o fórmulas rutinarias. El nacimiento de la lingüística de corpus ha llevado a la constatación empírica de que las secuencias que eran centro de interés en los inicios de la fraseología son un reducido número respecto al lenguaje formulaico, de ahí la apertura de los límites de la fraseología.

3.1.1.1. Rasgos de lo fraseológico

En su manual de fraseología, Burger (2015: 15 y ss.) recoge los tres rasgos básicos que tradicionalmente se han atribuido a lo fraseológico, a saber, polilexicalidad, fijación e idiomatidad:

- La polilexicalidad hace referencia a aquellas secuencias de palabras que cuentan con un mínimo de dos palabras, y con un límite oracional.
- La fijación hace referencia al conocimiento que tenemos de una unidad fraseológica exactamente en esa combinación de palabras. Thun (1978) en su investigación de la fraseología en las lenguas romances establece dos tipos: interna y externa. Para determinar la fijación hay que tener en cuenta la usualidad, y esta se sirve, según Burger, de la lingüística de corpus cada vez más como metodología idónea para determinar frecuencias. Este autor distingue tres niveles de fijación:
 - Fijación psicolingüística: es decir, la unidad fraseológica está mentalmente almacenada como unidad de forma parecida a las palabras, puede recuperarse y producirse como un todo.
 - Fijación estructural: donde la unidad fraseológica se opone a la combinación de palabras libre, limitada tan solo por las reglas morfosintácticas y semánticas. Burger señala que a menudo se distinguen por albergar irregularidades morfosintácticas, restricciones morfosintácticas o léxico-semánticas. Respecto a la fijación estructural y léxica este autor distingue entre la variación, la modificación y el error. Mientras que la variación hace referencia a fenómenos usuales, la modificación hace referencia a usos ocasionales, para la finalidad de un texto. Fleischer (1997: 205) distingue cinco tipos de variación: 1. Variantes gramáticas de los componentes, 2. Variantes léxicas de un componente de la unidad fraseológica, 3. Longitud de la unidad fraseológica, 4. El orden de los componentes, y 5. Valencia externa.

- Fijación pragmática: es decir, aquella ligada a situaciones comunicativas típicas o tareas típicas en dichas situaciones.
- Idiomaticidad: Burger (2015: 27) recoge los dos modos básicos de entender este concepto. En sentido amplio comprende anomalías estructurales y particularidades semánticas y, en sentido estricto, hace solo referencia a aspectos semánticos. Cuando existe una discrepancia entre el significado fraseológico y el literal, se dice que es una expresión idiomática en sentido semántico. Cuanto más fuerte es dicha discrepancia, más idiomática es la expresión, por lo que es una propiedad gradual de las unidades fraseológicas, de ahí que se haga una distinción entre las totalmente idiomáticas, aquellas parcialmente idiomáticas y las no idiomáticas.

3.1.1.2. Clasificaciones de unidades fraseológicas

Burger (2015: 33 y ss.) establece una clasificación general de las unidades fraseológicas en referenciales, estructurales y comunicativas. Las unidades fraseológicas referenciales (*referentielle Phraseme*) son aquellas que se relacionan con objetos, procesos y acontecimientos de la realidad, las estructurales (*strukturelle Phraseme*) tienen la función de establecer relaciones sintácticas, y las comunicativas (*kommunikative Phraseme*) cumplen determinadas tareas de establecimiento, definición, consecución y cierre de actos comunicativos, también denominadas fórmulas rutinarias o *Routinenformel*.

3.1.1.2.1. Clasificación estructural de las unidades fraseológicas referenciales

Burger (2015: 34) establece una subclasificación estructural de las unidades fraseológicas referenciales en nominativas (*nominative Phraseme*) y proposicionales (*propositionelle Phraseme*). Las primeras se caracterizan por tener un alcance sintagmático, mientras que las proposicionales tienen un alcance oracional.

3.1.1.2.2. Clasificación semántica de las unidades fraseológicas referenciales nominales

Burger (2015: 33) realiza una clasificación semántica respecto a las unidades nominales, según su grado de idiomaticidad, y distingue entre colocaciones (*Kollokationen*), locuciones (*Idiome*) y locuciones parciales (*Teil-Idiome*). A la vez

establece una diferenciación entre las locuciones parcialmente idiomáticas por su estructura entre verbales, nominales, adverbiales o adjetivas, dependiendo del elemento base de la misma. 1. Verbales (*verbale Phraseme*): contienen un verbo y uno o más sintagmas; 2. Nominales (*nominale Phraseme*): pueden tener función de sujeto, objeto o atributo; 3. Adverbiales (*adverbiale Phraseme*): función de sintagma adverbial; 4. Adjetivas (*adjektivische Phraseme*): aquellos que cumplen una función correspondiente al adjetivo.

3.1.1.2.3. Clasificación semántica de las unidades fraseológicas referenciales proposicionales

Burger distingue entre las unidades fraseológicas fijas y las fórmulas tópicas que divide entre refranes y lugares comunes.

3.1.1.2.4. Clasificaciones mixtas

Burger (2015: 31) considera que para la investigación de corpus textuales no siempre es revelador seguir una única clasificación que se ajuste a un único criterio. Propone emplear una clasificación mixta en dos sentidos:

- Empleo de varios criterios, es decir, sintáctico, semántico o pragmático, a la vez para la creación de categorías concretas de estudio.
- Empleo de criterios transversales.

3.1.2. Fraseología en sentido amplio y en sentido estricto

Burger junto con Fleischer han sido considerados los padres fundacionales de la fraseología alemana en los años 80. Burger (2015: 11) define la fraseología como “*Die Disziplin der Linguistik, die sich mit Phrasemen befasst*”³. Según Burger (2015: 14) es importante la diferenciación entre un concepto de fraseología estrecho (poliléxico, fijo, idiomático) y uno amplio (poliléxico, fijo). Stumpf (2015: 16) señala cómo esta concepción amplia pudo haberse ampliado hasta considerar fenómenos formulaicos que no son poliléxicos, como, por ejemplo, expresiones unimembres pragmáticas tales como

³ “La disciplina lingüística que se ocupa de las unidades fraseológicas.” [Traducción propia]

hallo, tschiüss, o que sobrepasan dicho criterio, pero no se hizo así. Como señala Stumpf (2015: 18), desde hace tiempo lo fraseológico no solo se asimila a las unidades con significado idiomático, sino que también a las expresiones que se caracterizan por el uso abundante en una forma determinada en un contexto discursivo específico. La denominación de fraseológico comprende poco a poco a un espectro de significado más grande: en sentido estricto y clásico se equipara a lo idiomático y en sentido amplio fraseológico solo significa formulaico.

3.2. Enfoque probabilístico de la fraseología

Según Groom (2017) este enfoque está asociado a autores como Sinclair, Huston, Francis o Stubbs y define la fraseología como una característica de la lengua y no como una disciplina lingüística. La identificación de unidades fraseológicas desde este enfoque deriva fundamentalmente de la metodología empleada y no de consideraciones teóricas. Además, se observa cómo las combinaciones de palabras fijas permiten más variaciones de lo esperado y que, por tanto, el carácter de unidad fraseológica como tal es cuestión de grado (Huston, 2002: 138).

El enfoque distribucional en fraseología no ha propuesto ninguna categorización de unidades fraseológicas, sin embargo, podemos diferenciar entre dos modos de extracción de las secuencias. Por una parte, análisis de engramas y por la otra, análisis de coocurrencias (Granger y Paquot, 2008: 10). El análisis de engramas consiste en extraer secuencias continuas de dos o más palabras y ha sido empleado en estudios sobre terminología, variación, etc. Las secuencias extraídas siguiendo este método han sido denominadas engramas (cf. Stubbs, 2007), paquetes léxicos (Biber y Conrad, 1999, 2003; Biber, 2005), secuencias recurrentes (De Cock, 2003), combinaciones recurrentes de palabras (Altenberg, 1998), entre otras. En este ámbito, una categoría recurrente ha sido la de los patrones o *collocational frameworks* (Renouf y Sinclair, 1991), los cuales consisten en secuencias con casillas vacías o *slots* y que Stubbs (2007) acuñó como marcos frasales (*phrase-frames*).

Las disciplinas de la lingüística de corpus y la fraseología comparten una concepción del papel central del lenguaje formulaico, pese a que las unidades que la lingüística de corpus denomina tradicionalmente como expresiones o unidades plurimembres (*multi-word expressions/units*) en sentido amplio, como una coocurrencia estadísticamente significativa de lexemas, no siempre coinciden con los conceptos de unidad fraseológica (cf. Filatkina, 2018: 47). Los hallazgos de la lingüística de corpus nos llevan, según Filatkina, a una paradoja; por una parte, los perfiles de combinación de los lexemas libres no se muestran tan libres como parecen y, por otra, la preformación de la combinación viene acompañada de flexibilidad y variación. Con ello no se refiere solo a los esquemas fraseológicos (*Modellbildungen*) o a las construcciones fraseológicas (*Phrasem-Konstruktionen*) acuñadas por Dobrovolskij (2011) como coocurrencias preferidas en una escala de entre las libres y fraseológicas, sino también, a las combinaciones semánticamente transparentes altamente convencionalizadas que pueden mostrar variación.

Los resultados de la lingüística de corpus llevan, por una parte, a comprender lo que puede resultar formulaico o usual en una lengua. Las nuevas investigaciones en este campo tienen el objetivo de describir combinaciones de palabras convencionalizadas de la lengua en uso, a partir de la identificación inductiva de frecuencias estadísticas, las cuales son típicas de determinados discursos cuando se las compara con su uso en otros ámbitos de la lengua o con un corpus general.

3.3. Modelos de estudio de lo fraseológico

3.3.1. Combinaciones de palabras usuales (*usuelle Wortverbindungen*) de Kathrin Steyer Steyer (2013: 39) parte de la idea de que cada unidad lingüística, independientemente del grado de su usualidad, lexicalización o valor de patrón, está en relación con otras unidades de tipos similares, es decir, que siguen de alguna manera modelos prefijados y, por tanto, un concepto de modelización o *Musterhaftigkeit* en general. Este se puede manifestar a través de las formas flexionadas de una combinación de palabras, del uso recurrente de

un cotexto o incluso de patrones de orden superior. Esta autora adopta una perspectiva de análisis doble respecto al concepto de modelidad (*Musterhaftigkeit*). En primer lugar, estudia las restricciones de uso específicas de los componentes de las *combinaciones de palabras usuales* (*usuelle Wortverbindungen*) y su cotexto. Posteriormente cambia la perspectiva para considerar a estas como unidades holísticas con significados sobresumativos, es decir, que suelen llevar por lo menos carga pragmática adicional, y funciones en diferentes niveles de abstracción. Ambas perspectivas no se excluyen, sino que son las dos caras de la misma moneda según Steyer (2013: 41). En el análisis del contexto de la combinación *Daumen drücken*, con el significado de cruzar los dedos o desear suerte, Steyer (2013: 47) muestra que, a pesar de su fijación y usuabilidad, esta combinación es al mismo tiempo parte de una red de mono y polilexemas relacionados conceptual y funcionalmente. Asimismo, los *slots* o “huecos” fraseológicos, son aquellos que pueden ser ocupados por elementos variables de una misma categoría gramatical, una clase de palabras, o por tener características semánticas semejantes, o bien compartir aspectos pragmáticos. Para Filatkina (2018: 52) este modelo recoge la observación de que la formulaicidad es la esencia de la producción y recepción lingüística a todos los niveles, y que es un principio lingüístico propio.

Siguiendo a Paul (1886/1975) y a Feilke (1994), y en crítica reflexión con la gramática de construcciones, Steyer emplea el concepto de modelización (*Musterhaftigkeit*) y demuestra de la mano de extensas búsquedas en corpus, que incluso aquello supuestamente más ocasional y casual en una lengua sigue patrones prefabricados. Steyer (2013: 23) define las combinaciones de palabras usuales como:

- patrones de uso lingüístico convencionalizados, que cuajan por el uso recurrente;
- unidades plurimembres emplazadas en estructuras sintagmáticas recurrentes;
- mínimamente especificadas léxicamente (al menos en un elemento);
- construcciones lingüísticas autónomas, a las que se les puede atribuir, como un todo, una función comunicativa;

- recuperables como unidades léxicas.

Steyer distingue entre combinaciones de palabras (*Wortverbindungen*) y patrones de combinaciones de palabras (*Wortbindungsmuster*). Las primeras presentan elementos léxicos fijos que pueden presentar variaciones morfológicas u ortográficas, pero que no permiten ninguna sustitución léxica. Por lo que respecta a las segundas, Filatkina (2018: 53) señala que los patrones de combinaciones de palabras son en Steyer patrones de expresión complejos marcados en el sentido de Feilke (1996: 187) o, siguiendo a Tomasello (2008: 28-30), patrones o unidades plurimembres léxicas parcialmente especificadas, las cuales contienen tanto elementos léxicos fijos como huecos sin especificar (*slots*) y son variables. Con ello, el modelo de Steyer deja un amplio espacio a la variación. Este modelo asume como rasgo intrínseco lingüístico un grado variable de convencionalismo.

Este marco teórico tiene consecuencias en la práctica: el núcleo de la descripción lexicográfica lo ocupan las realizaciones resultantes a partir de las búsquedas en el corpus (Steyer, 2013: 289-336). El resaltar la variación no significa que cada combinación de palabras pueda ser vista como usual. Steyer (2013) cita dos criterios fundamentales para el estatus de combinación usual de palabras: su grado de idiomatización (convencionalización y lexicalización), por una parte, y su autonomía como unidad comunicativa, por la otra. La idiomatización se relaciona no con la irregularidad semántica, como en la investigación fraseológica tradicional, sino con la combinación de los constituyentes desde el punto de vista semántico-funcional, el cual en estas combinaciones está restringido, mientras que en las combinaciones libres no lo está. Por otra parte, la autonomía significa según Steyer (2013: 24) que las combinaciones usuales de ambos tipos tienen que poseer una cualidad sumativa holística, la cual posibilita recuperar estas entidades como un todo y emplearlas en el proceso de comunicación. El análisis basado en corpus del cotexto muestra que las combinaciones usuales se diferencian de lexemas similares por sus diferentes usos, y en muy pocos casos resulta una correspondencia absoluta en la combinación de palabras y el lexema sinónimo aislado. Esto se pone de manifiesto en el análisis contrastivo (Holzinger, 2018: 241).

El modelo de Steyer es comparable, en parte, con el de la gramática de construcciones de la escuela de Berkley con Fillmore y Kay, porque también estudian unidades fraseológicas en el sentido de locuciones (*Idiome*), esquemas fraseológicos (*Phraseoschablone, Modellbildungen*), fórmulas rutinarias y colocaciones de la investigación fraseológica europea. Filatkina (2018: 55) considera que la perspectiva de la gramática de construcciones es más bien vertical y tiene como objetivo la investigación de diversas realizaciones lingüísticas abstractas como construcciones, patrones, esquemas o modelos, es decir, que está orientada a la confirmación de las construcciones tomadas a priori a partir de los datos del corpus. El modelo de Steyer por el contrario está orientado según esta autora, por el léxico, concebido de modo horizontal estrictamente empírico e inductivo: a través del amplio análisis de corpus de la combinatoria de palabras en uso de lengua real. El modelo investiga particularidades pragmáticas, semánticas y funcionales de los componentes, las cuales llevan a la convencionalización de una combinación.

Steyer (2013: 35) no adopta el término de colocación del contextualismo británico, aunque reconoce su influencia en el modo de observación de la lengua basado en la lengua en uso y focalizado en la coocurrencia. El enfoque metodológico de la investigación estadística de coocurrencias y su interpretación semántica presenta aspectos comunes. Sin embargo, Steyer considera que, mientras el modelo inicialmente propuesto por Sinclair tiene como objetivo el posibilitar de modo inductivo un acceso contextualizado a la semántica y pragmática de monolexemas, no describe y se ocupa de manera sistemática de sintagmas fijos como unidades comunicativas independientes. Steyer distancia el concepto de construcción del de patrón de combinación de palabras (*Wortverbindungsmuster*), aunque reconoce evidentes puntos en común como patrones parcialmente rellenos que están sujetos a restricciones específicas de uso y a los que se puede atribuir una función. En el modelo de combinaciones usuales de palabras, las estructuras sintácticas y las cuestiones gramaticales en general son relevantes en cuanto que son indicadores para las correspondientes interpretaciones del contexto y atribuyen funciones de las combinaciones usuales de palabras, pero sin ser ellas mismas el objeto de estudio.

3.3.2. Construcciones fraseológicas (*Phrasem-Konstruktionen*)

Dobrovol'skij (2011: 113) define las construcciones fraseológicas como construcciones que tienen un significado léxico como un todo, en el que hay posiciones concretas en su estructura sintáctica que son lexicalmente ocupadas, mientras que otras presentan casillas vacías o *slots* que han de ser rellenados, y cuya ocupación es relativamente libre o está sujeta a restricciones semánticas. En definitiva, vuelve a poner nombre desde otra perspectiva a las unidades fraseológicas compuestas por secuencias de palabras discontinuas, que han sido denominadas en la fraseología alemana como *Phraseoschablonen* (Fleischer, 1997: 130-134), modelos fraseológicos (*modellierte Bildungen*), unidades fraseológicas sintácticas (*syntaktische Phraseme*), locuciones sintácticas (*syntaktische Idiome*) o esquemas fraseológicos (*Phraseoschemata*). Estas unidades han tenido un interés marginal en la fraseología, pero su estudio es necesario según Dobrovol'skij (2011: 118), dada su alta frecuencia y la premisa desde el punto de vista de la gramática de construcciones, la cual afirma que hay muchos patrones entre las estructuras idiomáticas y regulares que han de ser entendidos como tales construcciones, ya que de lo contrario su descripción quedaría incompleta. Este autor considera que estas unidades pueden ser explicadas mejor desde la gramática de construcciones que desde la fraseología porque, por una parte, están basadas en un patrón sintáctico fijo con significado independiente que tiene huecos léxicos, pero, por otra parte, estos son relativamente libres de ocupar. La ocupación de los huecos está sujeta a restricciones difícilmente de predecir y tiene consecuencias en la semántica y la pragmática.

En este sentido, Dobrovol'skij (2011: 110) observa puntos en común entre la fraseología y la gramática de construcciones, dado que Fillmore, Kay y O'Connor (1998: 504) definen las construcciones como unidades más grandes que las palabras, que son como palabras en cuanto que han de ser aprendidas como un todo. Existe un solapamiento en el objeto de estudio, aunque la gramática de construcciones no se limita a las unidades fraseológicas, y la fraseología tiene sus propios objetivos y planteamientos. Filatkina (2018: 38) considera un acercamiento entre la fraseología y la gramática de construcciones a partir de Dobrovol'skij (2011: 114). Este empieza, afirma esta autora,

donde más se diferencian ambas disciplinas, en el campo de los patrones (*Modellbildungen*) o construcciones fraseológicas (*Phrasem-Konstruktionen*).

3.3.3. Patrones de uso lingüístico (*Sprachgebrauchsmuster*) de Bubenhofer

La modelización o *Musterhaftigkeit* se relaciona, según Bubenhofer (2009: 6 y 30), sobre todo con la superficie textual y la expresión lingüística, es decir, sobre el cómo del hablar. Las combinaciones frecuentes de diferentes clases de palabras suponen la base de los patrones basados en el uso de la lengua. La modelización no se limita para este autor (Bubenhofer, 2009: 22) a las palabras u oraciones, ambos conceptos de la lingüística sistémica, sino que se prolonga desde una palabra hasta elementos no lingüísticos: un complejo de signos, que sirve como plantilla para la producción de otros complejos de signos. Según Bubenhofer (2009: 204), el primer criterio de selección de combinaciones de palabras frecuentes es su relevancia estadística en un corpus concreto. Filatkina (2018: 52) señala que, aunque los criterios en sí mismo no son claros en el sentido de la lingüística de corpus, el punto fuerte de la investigación de Bubenhofer (2009) reside en tener en cuenta la variedad de las combinaciones, cuya variación reside en el nivel de la expresión.

A nivel metodológico, Bubenhofer (2009: 149) señala que uno de los retos para el análisis guiado por el corpus (*corpus-driven*) o inductivo, está en el proceso de selección de datos relevantes. Para facilitar el proceso de selección Bubenhofer propone dos pasos. En primer lugar, clasificar, filtrar y contrastar las secuencias. Para la clasificación propone calcular las frecuencias relativas o normalizadas, o emplear otros criterios como la longitud de las unidades. Esta clasificación junto con el filtrado de los datos ayuda a reducir la cantidad de datos que requieren una interpretación. En este filtrado podemos tener en cuenta, según este autor, otros criterios como la aparición de un lexema o palabra, su longitud, su frecuencia mínima o sus propiedades morfológicas o sintácticas. El contraste es la última acción de este primer paso, el cual puede realizarse a tres niveles: a nivel de corpus, identificando las secuencias independientemente de su aparición en qué subcorpus, teniendo en cuenta las secuencias que aparecen en cada uno de ellos, y extrayendo las secuencias que aparecen en un solo subcorpus (Bubenhofer,

2009: 151). En segundo lugar Bubenhofer identifica la verdadera interpretación de las secuencias bajo determinados aspectos, que hacen referencia a su tipicidad y que tienen que ver con la distribución de las secuencias, el contexto en el que aparecen y los paradigmas semánticos de las mismas. Estos dos pasos se repetirían de forma circular en su propuesta.

3.3.4. Modelo (*Phraseological Profile Model*) de Ute Römer

Römer (2010: 96) parte asimismo de la idea de que la unidad de significado en una lengua no es la palabra sino la combinación de las mismas. De esta forma se basa, por una parte, en la idea de Sinclair, para el cual la fraseología es el punto de contacto perfecto entre un corpus y su descripción, ya que permite estudiar los fenómenos de la expresión lingüística. Por otra parte, el modelo contribuye a evidenciar el *idiom principle* de Sinclair, que afirma la tendencia fraseológica de la lengua, o, en otras palabras, que las palabras no aparecen de modo aislado, sino en combinación con otras palabras (Römer, 2010: 115). Asimismo, esta autora, se inspira en la obra de Firth donde hace hincapié en la importancia de estudiar ámbitos restringidos de la lengua (cf. Römer 2010: 96).

El modelo que propone Römer (2010: 115) permite extraer conclusiones sobre la selección de combinaciones de palabras en un determinado tipo textual o conjunto de textos, y crear su perfil fraseológico a partir de su análisis. La aplicación de este modelo tiene especial importancia, según la autora, en la enseñanza de lenguas y en la redacción de textos específicos. Römer resume en cuatro pasos su modelo de perfil fraseológico o *phraseological profile model (PP model)*: en primer lugar, la identificación de elementos fraseológicos; en segundo lugar, la determinación de la variación interna; en tercer lugar, el análisis de las funciones de los elementos fraseológicos; y, por último, el análisis de la distribución en los textos.

Fases en el modelo de Römer
1. Identificación de elementos fraseológicos.
2. Determinación de la variación interna.
3. Análisis de las funciones de los elementos fraseológicos.
4. Análisis de la distribución en los textos.

Tabla 2. Modelo de perfil fraseológico de Römer (2010)

El primer paso consiste en identificar con un programa informático (*Collocate*, *kfNgram*, *ConcGram*) secuencias de palabras frecuentes de un número determinado de elementos. A partir de aquí propone realizar un filtrado para seleccionar aquellas que sean de interés y sean unidades completas de significado. Asimismo, es importante seleccionar aquellas cuya frecuencia sea significativa.

En el segundo paso, Römer propone un análisis de los grados y tipos de la variación interna de las secuencias, así como observar las variantes más frecuentes que ocupan las casillas vacías o *slots* de las secuencias discontinuas. De este modo, pueden considerarse o no elementos variables en los extremos o en la parte interior de las secuencias, con las consiguientes estructuras: A*C, A*CD, AB*D, etc. A partir de aquí propone analizar la distribución de los diferentes tipos de secuencias según la longitud de las mismas. En este segundo paso, Römer sugiere además averiguar el grado de variación interna de las secuencias más habituales de un texto o un conjunto de textos. Para ello plantea calcular el índice de variación por marco frasal, resultado de dividir el número de ocurrencias de un marco entre las variantes encontradas en el corpus. Este cálculo le permite identificar el grado de fijación de las secuencias discontinuas. En este sentido, Römer plantea el hecho de comprobar si la distribución de cada una de las secuencias es o no zipfiana. La ley de Zipf (1935) postula que la frecuencia de una palabra es inversamente proporcional a su posición en una tabla de frecuencias de un corpus (cf. Römer, 2010: 105). Esto quiere decir que el segundo elemento en la tabla se repetirá con una frecuencia aproximada de 1/2 de la del primero, el tercero con una frecuencia de 1/3 del primero y así sucesivamente. Estas observaciones serían de interés especialmente en el ámbito de la enseñanza de lenguas, ya que vemos que la mayoría de casos de una secuencia discontinua está completada por un número reducido de variables.

Un tercer paso, en la consecución de este modelo para analizar el perfil fraseológico propuesto por Römer, es el análisis de las funciones de las secuencias. Para ello deberá tenerse en cuenta el cotexto en el que se insertan las secuencias. Según esta autora hay que tomar en consideración que las secuencias van a tener en muchas

ocasiones más de una función. Dichas funciones pueden ser la expresión de evaluación, la referencia a la estructura, al contenido o aquellas que organizan el discurso. Estas funciones están sujetas al tipo de texto o a los textos objeto de estudio, por lo que van a ayudar a definirlos.

Por último, Römer postula realizar un análisis de la distribución de las secuencias en los textos estudiados. Con este fin propone dividir los textos en cuatro cuartiles de manera que se puedan identificar en qué posición aparecen las secuencias analizadas y con ello en qué momento de los textos se expresan los diferentes aspectos que constituyen un tipo de texto. En algunos casos la aparición de una secuencia en uno de los cuartiles no será relevante, sin embargo, cuando su valor sea significativo, sí será un elemento a partir del cual poder definir la idiosincrasia de los textos estudiados. De este modo, se llega a conclusiones sobre la coligación textual, es decir, sobre la preferencia por determinadas secuencias fraseológicas en posiciones específicas del texto.

3.4.5. Paquetes léxicos (*lexical bundles*)

La investigación sobre paquetes léxicos remite al trabajo inicial de Altenberg (1993) quien crea una metodología para identificar secuencias recurrentes definidas por su frecuencia, y emplea el análisis gramatical y funcional para categorizarlas (Hyland, 2012). En sentido amplio, estas secuencias contribuyen al significado y a la coherencia de un texto en contextos específicos.

Biber et al. (1999: 990-992) definen los paquetes léxicos como las secuencias léxicas recurrentes de tres o más palabras, sin tener en cuenta su idiomatidad ni estructura, que aparecen juntas en el discurso natural. Asimismo, se caracterizan por ser las combinaciones de palabras más frecuentes en un registro. Se trataría de colocaciones extendidas que aparecen juntas estadísticamente de modo más frecuente que si lo hicieran por azar. Su búsqueda e identificación se realiza con la ayuda de programas de análisis de corpus en los que se establecen criterios de frecuencia y distribución, en el sentido de su aparición en diferentes textos. La utilidad de obtener los datos de frecuencia de los paquetes reside en que pueden identificarse patrones de uso que podrían pasar

desapercibidos para los investigadores y de esta forma deben ser explicados (Biber et al., 2004: 379-380). La frecuencia es sólo una medida que nos indica que una secuencia de varias palabras es prefabricada; las secuencias con significados idiomáticos suelen ser raras pero claramente prefabricadas (Biber et al., 2004: 380).

La metodología empleada para su detección conlleva el hecho de obtener secuencias que no tienen necesariamente carácter idiomático ni suelen consistir en unidades gramaticales completas (Biber, 2005), como *in the case of*, aunque funcionan como bloques de construcción básicos del discurso (Biber et al., 2004: 372). La mayoría de los paquetes léxicos consisten en secuencias incompletas que tienden un puente entre dos unidades estructurales. Por lo tanto, se trata de secuencias formulaicas en cuanto que están fijadas en el discurso, aunque no lo sean estrictamente en el sentido de Wray (2002) que hace referencia a que deben estar asimismo almacenadas en el lexicón mental (Hyland, 2012: 150).

Un factor añadido que hay de tomar en consideración en el estudio de paquetes léxicos es la longitud de los mismos. En inglés los paquetes léxicos de tres palabras tienden a no ser muy interesantes, mientras que los de cinco palabras son comparativamente raros y a menudo incluyen a otros más pequeños. En este sentido los paquetes de cuatro palabras parecen ser los más estudiados en la literatura, al menos en el caso del inglés, probablemente porque presentan una variedad amplia de estructuras y funciones.

Un aspecto importante es a menudo el valor de la información mutua (*Mutual Information*), que algunos programas calculan de forma automática. Este valor mide la asociación entre las palabras de un paquete léxico (§6.2.3.2.).

Consecuentemente, este método lleva a considerar secuencias que no son intuitivamente reconocibles como tales. Biber et al. (2004: 380) plantean que los lingüistas probablemente no hayan tomado en consideración el estudio de secuencias pluriverbales de alta frecuencia, por haberse centrado en frases y cláusulas gramaticales, sin tener en cuenta la posibilidad de unidades léxicas que atraviesan las estructuras

gramaticales. Sin embargo, estos autores muestran que los paquetes léxicos tienen funciones discursivas identificables, que forman parte del repertorio comunicativo de los hablantes, aunque no se correspondan con las estructuras que tradicionalmente se reconocen en las investigaciones lingüísticas. Por este motivo algunas investigaciones han descartado unidades que no fueran estructurales e idiomáticas, a pesar de tratarse de una decisión de orden subjetivo (Hyland, 2012).

La mayoría de estudios sobre paquetes léxicos se han desarrollado en el ámbito del discurso académico y en la enseñanza de lenguas (Simpson-Vlach y Ellis, 2010; Salazar, 2011). Fuster-Márquez (2014) y Fuster-Márquez y Pennock (2015) emplean esta metodología en el estudio fraseológico de páginas web hoteleras del ámbito anglosajón.

Por tanto, Biber et al. (1999) definen los paquetes léxicos a partir de nueve puntos de la siguiente manera (cf. Fuster-Márquez, 2014: 89): 1. Deben ser consideradas como colocaciones extendidas; 2. Son identificables a partir de análisis de corpus y tienen una tendencia a coocurrir, 3. Deben coocurrir al menos en cinco textos diferentes por millón de palabras, 4. No se reconocen a simple vista, 5. La mayoría de ellas no tienen carácter idiomático, 6. La mayoría de ellas no son completas estructuralmente, por tanto, no respetan los límites de las categorías gramaticales, 7. Se trata de las secuencias más frecuentes en un registro, 8. Son de longitud variable a partir de un mínimo de tres elementos, 9. Pueden ser consideradas como bloques de discurso y tienen una función en determinados registros.

4. DISCURSO TURÍSTICO Y PÁGINAS WEB

4.1. Estudios y proyectos sobre discurso turístico.....	67
4.2. Páginas web	68

4.1. Estudios y proyectos sobre discurso turístico

En las últimas décadas se han desarrollado, desde la lingüística aplicada, numerosos estudios sobre el discurso turístico desde dos enfoques fundamentalmente: desde una perspectiva traductológica y lexicográfica, y desde la enseñanza de lenguas extranjeras. Sin ánimo de ser exhaustivos, queremos mencionar en este apartado algunos de los más relevantes para nuestro trabajo.

En el ámbito de la terminología y lexicografía bilingüe italiano/alemán destaca el proyecto contrastivo de terminología alemán/italiano TURITERM (Lombardi, 2013), el cual tuvo como objetivo mejorar las traducciones de información turística en la zona italiana de Brescia y la ciudad austríaca de Viena.

Desde el análisis lingüístico-textual en el discurso turístico del alemán como lengua extranjera con una aplicación didáctica cabe destacar los trabajos de Borrueco (1999, 2000, 2005) y Hernández-Medina (2004b, 2005a, 2005b, 2017). Asimismo, y específicamente del lenguaje publicitario se encuentran los estudios de Borrueco (2007) y Bosch (2006, 2007). Kulzer (2007) se ha ocupado también del lenguaje publicitario en turismo desde una perspectiva lingüístico-pragmática.

Un proyecto multilingüe (inglés/alemán/español/italiano) a nivel europeo en el ámbito lingüístico orientado a la creación de material didáctico para el aprendizaje autónomo de la lengua especializada de profesiones del ámbito turístico, a saber, camarero/a, recepcionista de hotel, guía turístico/a y agente de viajes, es el coordinado por Almahano SLEST 2.0 – *Estándar lingüístico europeo para el sector turístico* (2015).

Asimismo, y con una aplicación didáctica, pero específica del ámbito del turismo médico, encontramos el proyecto europeo IMED-KOMM (2021) participado por Alemania, en colaboración con Bulgaria, Eslovaquia, Chequia y Hungría, a partir del cual se han desarrollado materiales didácticos para su enseñanza en estos países.

Igualmente destacamos otros proyectos multilingües en el ámbito turístico enfocado desde la traducción que incluyen el alemán, como TURICOR, coordinado por Corpas (2004), con la publicación de un diccionario multilingüe

(español/inglés/alemán/italiano) sobre contratos en turismo. Asimismo, coordinado por esta misma investigadora, el proyecto TERMITUR (n.d.) que culminó con la edición de un diccionario inteligente terminológico online (inglés/español/alemán), especializado en el sector turístico.

Desde una perspectiva multilingüe destacamos especialmente los trabajos del grupo de investigación COMETVAL (*Corpus Multilingüe de Turismo de la Universitat de València*), coordinado por Sanmartín y dedicado al análisis léxico y discursivo de corpus paralelos y comparables (español-inglés-francés) de páginas electrónicas de promoción turística, entre las que se encuentran las del ámbito de alojamientos. Fruto de este proyecto es el *Diccionario Multilingüe de Turismo* (COMETVAL Group, 2014), además de numerosos estudios sobre sitios web de turismo desde el prisma de la traducción (López, 2014; Ramírez y Suau, 2014; Suau, 2011a; Suau, 2013; Suau, 2015), cibergéneros en el ámbito del turismo (Sanmartín, 2014; González, 2012), promoción turística de hoteles (Baynat, 2013; Sanmartín, 2011), léxico turístico y hotelero (Cantón y Bernabé, 2013; Estornell, 2013; Edo, 2012), y el discurso turístico e internet (Sanmartín, 2012; Suau, 2012b) entre otros aspectos.

Por último, mencionar el proyecto LinguaTurismo (2007) coordinado por Calvi sobre aspectos léxicos, pragmáticos e interculturales del lenguaje de la comunicación turística español-italiano. Así como los estudios en relación directa o indirecta con dicho proyecto sobre la lengua y comunicación en el español del turismo o sobre géneros discursivos, diversidad cultural, traducción de textos turísticos o creación discursiva del destino turístico (Calvi, 2006; Calvi y Mapelli, 2011; Calvi, 2019; Chierichetti, Garofalo y Mapelli, 2017, 2019).

4.2. Páginas web

4.2.1. Páginas web comerciales

Por otra parte, ha suscitado también nuestro interés el enfoque lingüístico aplicado a la traducción que Sánchez (2011) en el análisis comparado español-alemán de páginas web

comerciales. Según este autor seguimos ante la evolución y cambio en el contexto comercial en la red y las nuevas tecnologías, donde aparecen constantemente nuevas fórmulas que aumenten las ventas. Sin embargo, las páginas electrónicas de las empresas de alojamiento se siguen manteniendo, es parte de la imagen de marca y es el recurso al que, en última instancia, accede tanto el profesional como el consumidor. Según Sánchez Prieto (2011: 23) la página de empresa funciona como tarjeta de visita de la empresa.

Según Sánchez (2011: 25) la organización modular e hipertextual de las páginas web tiene consecuencias en la lingüística textual. El recorrido en la lectura multilineal de las páginas web determinado por la estructura de hipertextos y de la construcción modular de las mismas, tiene influencia en la redacción de los recursos textuales habituales en los textos impresos. Ligado a ello está la interactividad que ofrece el hipertexto. Con interactivo nos referimos a la relación del usuario que va seleccionando los contenidos en la navegación online.

Según la función comunicativa se ha extendido en el ámbito germanohablante la diferenciación de Döring (2001: 326 y ss) entre páginas web personales y no personales. Páginas web personales son realizadas por personas individuales. En ellas no solo encontramos informaciones sobre la persona, sino que también aparecen comentarios personales sobre temas de actualidad o profesionales, felicitaciones a terceros, fotos personales, enlaces a páginas preferidas, etc. De mayor interés para nosotros son aquellas páginas de empresas, instituciones, asociaciones o grupos de interés, pues la mayoría de las veces se ofrecen en el marco de la estrategia de las relaciones públicas. Las páginas no personales son más profesionales por regla general, mejor elaboradas y ofrecen al usuario más información que las personales. Por ello el uso de la lengua es más formal la mayoría de las veces. Estas páginas representan a la empresa en la red.

Sánchez (cf. 2011: 21) recoge los siete tipos de web que Brandl (2002: 85) diferencia, el cual considera como elementos esenciales el contenido y con ello también al usuario y sus necesidades: páginas web orientadas a la información, páginas web académico-científicas, buscadores, plataformas de entretenimiento, ofertas de comercio electrónico, ofertas de servicios y páginas web de empresas. Los tres últimos tipos de

páginas web son tres modos de realización de lo que podríamos llamar páginas web comerciales. El objetivo y las necesidades técnicas justifican la triple diferenciación. Las web que son oferta de comercio electrónico son como tiendas online, en las que los productos se presentan como en un mercado, y están orientadas exclusivamente a la venta de productos. Las del segundo tipo sirven para ofertar servicios. Las páginas web de empresa, y en nuestro caso las hoteleras, son una mezcla de estas dos, las cuales ofrecen informaciones sobre la empresa hotelera, así como productos y servicios de la misma. Las empresas pequeñas o medianas tienen a veces suficiente con tener presencia en la red y hacer referencia a sus productos o servicios.

Sánchez (2011: 23) analiza las páginas web de empresas y para ello hace referencia a los rasgos que las definen y que dependen tanto de la situación comunicativa como de la complejidad del modelo de actuación (*Handlungsmuster*) (Lüger y Lenk, 2008: 13). A todos los efectos, la página web de empresa debe construirse según Ebel (2007: 198) de manera funcional para que los clientes potenciales encuentren en poco tiempo la información relevante y la empresa se presente rápidamente y de un modo específico a su público objetivo (cf. Sánchez, 2011: 22). Estamos de acuerdo con este autor en que, en comparación con otros tipos de textos y con otros tipos de páginas web no comerciales, las páginas web de empresa tienen una dimensión promocional y de márketing innegable que afecta a la presencia online tanto a nivel lingüístico como a la imagen.

Este autor emplea para la caracterización de las condiciones entorno a las páginas web de empresa el modelo de Behrens para la determinación del objetivo comunicativo empresarial (Behrens, 1996: 169), un modelo que en la investigación ha sido empleado de forma recurrente (Janich, 2013: 26). Este enfoque diferencia entre alcance, cobertura, función y modos de presentación. Sánchez (2011: 23 y ss.) amplía el modelo al público objetivo:

1. El alcance pretendido en la elaboración y puesta en marcha de la página web de empresa depende del grado de conexión con los consumidores potenciales.

2. Desde el punto de vista lingüístico es importante conocer a quién está dirigida la página web, ya que esta crea nuevas situaciones comunicativas entre emisor y receptor, debido a que el nuevo medio descontextualiza las informaciones ofrecidas desde el punto de vista local, situacional e interpersonal (Bittner, 2003: 78). Así, una empresa puede mostrar las 24 horas su oferta o reaccionar de modo online de forma inmediata a las necesidades del cliente. El texto se personaliza y se adapta más al receptor.
3. Las páginas web permiten alcanzar a un gran número de clientes potenciales. Por una parte, son fáciles de usar una vez se han creado, y por otra es difícil limitar su alcance local, ya que pueden ser vistas en principio en todo el mundo.
4. Las páginas web de empresa tienen una función e intención claramente promocionales. Como objetivo quieren dar a conocer la propia empresa y sus productos, fidelizar a los ya clientes o simplemente crear una buena imagen de la misma. Esto se refleja en las características lingüísticas de los textos. A causa de las funciones principales de aumentar la difusión y de creación de imagen y a diferencia del comercio electrónico y de ofertas de servicios, la empresa y sus actividades están en el centro de interés de la página web.
5. La quinta condición comunicativa y lingüístico-promocional es el medio. Los diferentes modos de presentación mediáticos de las páginas web de empresa se presentan a menudo de modo conjunto. Normalmente la presencia online de textos se encuentra enmarcada por imágenes.

Por tanto, los parámetros comercial-comunicativos presentados influyen en la creación de los textos, los cuales pueden ser entendidos como dimensiones lingüísticas y lingüístico-textuales determinadas por la situación comunicativa del subgénero de las páginas web de empresa. Los rasgos descritos arriba afectan a todas las páginas de empresa en internet. Sánchez (2011: 25 y ss.) ofrece además una clasificación del subgénero de las páginas web de empresas dependiente del tamaño y sector de la empresa, así como del modelo de negocio:

1. Según el tamaño de la empresa: aunque el tamaño de la empresa no tendría por qué influir en el diseño y la redacción de la presencia de la empresa en internet, lo cierto es que las posibilidades técnicas, así como la profesionalidad de los textos en la web dependen del presupuesto de la empresa. Cuanto más grande es la empresa y más ganancias tiene es más probable que la presencia en internet y sus contenidos sean más profesionales. Ello justifica que hablemos de tres tipos diferentes de páginas web según el tamaño de la empresa.

1.a. Multinacionales y grandes empresas: las webs son realizadas por profesionales. A menudo se contratan a consultores para diseñar la presencia en internet y las sedes en el extranjero adaptan su presencia a las convenciones y usos locales.

1.b. Empresas de medio (50-100 trabajadores) y gran (100-250 trabajadores) tamaño: son realizadas igualmente por profesionales, pero para adaptar los contenidos al extranjero se traducen los textos. Por tanto, no siempre se respetan adaptaciones de la página a otros niveles como culturales.

1.c. Pequeña y mediana empresa (menos de 50 trabajadores): muchas veces se trata de negocios familiares. Páginas web sencillas realizadas por agencias locales o autónomos y son actualizadas por ellos o por la empresa misma. A nivel técnico son páginas web sólidas, pero no están siempre actualizadas y renovadas.

2. Según el sector empresarial: el diseño de las páginas web y en general de las formas promocionales están sujetos a unas formas de hacer propias del sector.

3. Según el modelo de negocio: en relación de si se dirigen al consumidor final en un modelo de Business-to-Customer (B2C) o si el cliente son otras empresas, siguiendo un modelo empresarial de Business-to-Business (B2B).

4.2.2. Páginas web hoteleras en alemán

La página web hotelera es, por tanto, una web comercial al servicio del establecimiento hotelero. Meiwes (2018: 28) señala cómo en ella no solo se recogen los espacios y servicios concretos ofrecidos por el hotel, sino el cumplimiento de expectativas abstractas referentes a la estancia en el hotel.

Podemos caracterizar las páginas web hoteleras según cinco criterios (Heinemann, 2000): según su función comunicativa, aspectos temáticos o de contenido, sus rasgos estructurales y de formulación, su forma exterior o maquetación, y, por último, sus condiciones situacionales.

En lo referente a la función comunicativa, su función principal es promocional. Las páginas web hoteleras son herramientas de *marketing* para la comunicación externa de las empresas, es decir, para la comunicación con aquellos que no son empleados de la misma. A nuestro juicio podemos subdividir esta función promocional en otras funciones que confluyen en ella: la de informar subjetivamente sobre las características y servicios del hotel, persuadir a través de la creación de una imagen de marca positiva y atractiva para el cliente, y ser instrumento de canal de venta, es decir, que el o la cliente pueda contratar los servicios del establecimiento hotelero directamente. Calvi (2006: 22) afirma que se trata de textos que se encuentran a nivel discursivo entre lo informativo y lo promocional. En este sentido Janich (2012: 218) habla de dos funciones obligatorias de los textos promocionales: informar sobre la existencia y rasgos del producto y llevar al cliente a la compra o uso del mismo (cf. Meiwes, 2018: 44 y ss.).

Respecto a los aspectos de contenido, observamos en las web hoteleras en alemán una constante en sus contenidos temáticos, que van a ser objeto de clasificación para nuestro análisis. La página web está subdividida en secciones, de las que algunas son obligatorias y otras facultativas. Las diferentes secciones las hemos organizado según las nueve conceptualizaciones siguientes: *Hotel*, *Zimmer*, *Service*, *Kulinarik*, *Lage*, *Angebot*, *Freizeit*, *Events* y *Kontakt*. Bajo cada una de ellas se esconden diferentes denominaciones

dependiendo de cada hotel. En la Tabla 3 se muestran las diferentes denominaciones más usuales para cada una de las mismas.

Concepto	Denominaciones
<i>Hotel</i>	<i>Hotel, Über uns, Home, Geschichte</i>
<i>Zimmer</i>	<i>Zimmer, Übernachten</i>
<i>Service</i>	<i>Service, Leistungen</i>
<i>Kulinarik</i>	<i>Kulinarik, Restaurant, Bar, Frühstück, Gastronomie, Essen, Essen und Trinken</i>
<i>Lage</i>	<i>Lage, Umgebung</i>
<i>Angebot</i>	<i>Angebot, Geschenke, Arrangements</i>
<i>Freizeit</i>	<i>Freizeit, Sehenswürdigkeiten, Freizeitsangebote</i>
<i>Events</i>	<i>Events, Veranstaltungen, Hochzeit, Tagung</i>
<i>Kontakt</i>	<i>Kontakt, Buchung</i>

Tabla 3. Secciones y denominaciones habituales en una página web hotelera en alemán

Otro aspecto importante que define a la página web hotelera es su maquetación o forma exterior. En este sentido hemos observado que muchas parecen estar desarrolladas a partir de plantillas más o menos modernas o actualizadas. Las cadenas de hoteles suelen tener una misma plantilla de diseño y contenidos comunes, donde solo se modifican las informaciones concretas del hotel que se presenta. Por otra parte, los textos suelen ir acompañados de imágenes, ya sea de fotografías de los espacios del establecimiento o imágenes de infografía. Meiwes (2018: 40) señala la tendencia a mostrar una estructura modular, de manera que a partir de un menú se ofrece la posibilidad de una lectura selectiva. Esta autora recoge asimismo cómo la distribución de los textos, en ocasiones con un diseño específico y acompañados de material gráfico, ocupan toda la pantalla.

Si atendemos a los rasgos de formulación, Meiwes (2018: 55 y ss.) señala una mezcla de elementos lingüísticos de las páginas web hoteleras determinada por las funciones de los textos distribuidos en las mismas y la estrategia planteada para su diseño. Así, por ejemplo, destaca en la presentación de las habitaciones, el uso de adjetivos sugerentes que aparecen de forma estereotipada en secuencias fijas acompañadas de un

sustantivo como *hohe technische Standards*, *warme Farbtöne* o *liebevolle Details*, o en formas binomiales como *die hellen und gemütlichen Zimmer*, que tienen una función principalmente estética. En cambio, esta autora señala el empleo de terminología y listado de características a modo de tabla en la descripción de las mismas. Asimismo esta autora hace referencia a elementos léxicos que persiguen persuadir al cliente potencial como neologismos *Verwöhnpaket*, préstamos, especialmente anglicismos y galicismos como *besonderes Arrangement* o *romantisches Highlight*. En esta línea de análisis léxico Meiwes señala además la presencia de extranjerismos, palabras clave entorno a determinados campos semánticos como *Traum/Zauber/Paradies*, *Wellness/Wohlbefinden/Komfort/Genuss* y *Eleganz/Luxus/Exklusivität*. Por otra parte, Meiwes (2018: 94) recoge una serie de figuras retóricas en las páginas web hoteleras en alemán como son frases sonoras a modo de eslogan como *Wir sind ganz für Sie da: herzlich, persönlich und kompetent*, combinaciones fijas como *Wir freuen uns auf Ihren Besuch!*, juegos de palabras como *Hamburg für Anfänger*, formas de tratamiento directo como *Sehr geehrte Gäste, wir heißen Sie herzlich Willkommen im Das Asam – Ihr Stadthotel in München*, preguntas directas como *Waren Sie mit Ihrem Aufenthalt zufrieden?*, preguntas retóricas como *Haben wir Ihr Interesse geweckt?*, o diferentes modos de exhortación como *Folgen Sie uns auf Facebook*, *Erleben Sie den Sommer in München!* o *Wir freuen uns auf Sie!*

En lo referente a las condiciones situacionales hacen referencia a la disponibilidad de las páginas web hoteleras en internet en todo momento y sin restricciones horarias, al menos en todas aquellas acciones que puedan realizarse asincrónamente.

PARTE II: CORPUS Y METODOLOGÍA

5. DESCRIPCIÓN DE LOS CORPUS PARA LA INVESTIGACIÓN

5.1. El corpus KoDeHo	79
5.2. Corpus de referencia.....	103

5.1. El corpus KoDeHo

En el momento en el que iniciamos este trabajo decidimos compilar un corpus propio, dado que no existía ninguno que recogiera los textos que queríamos analizar, y necesitábamos tener una base sólida que fundamentara la investigación. En 2017 no teníamos ninguna herramienta informática similar a la plataforma *Sketch Engine* que nos facilitara la compilación de dichos textos. Sí teníamos al alcance programas de descarga de páginas web semiautomática que no funcionaron con la suficiente precisión, por lo que se realizó la descarga de los textos de un modo manual. La elaboración de este corpus ha ocupado gran parte de los esfuerzos y, la utilización de una serie de criterios de selección, para asegurarnos de conseguir un corpus suficientemente representativo del tipo de discurso sobre el cual centramos nuestro interés, es uno de los méritos de la investigación que presentamos. El diseño de un corpus sobre bases sólidas es fundamental en cualquier análisis empírico fundamentado en corpus y determinante en lo referente a los resultados que de él puedan extraerse.

Investigaciones recientes en torno a corpus y la representatividad señalan que esta no puede medirse completamente empíricamente y cuestionan en qué medida la representatividad implica necesariamente un equilibrio. En este sentido, la representatividad no está necesariamente vinculada al tamaño, de modo que un corpus pequeño puede ser representativo si el muestreo se basa en decisiones sistemáticas, motivadas lingüísticamente (Raineri y Debras, 2019).

5.1.1. Criterios para la creación del corpus KoDeHo

Con el objetivo de compilar los textos del Corpus de páginas web de hoteles de Alemania, Austria y Suiza, al que hemos denominado *Korpus der Deutschsprachigen Hotelwebseiten* (KoDeHo) nos hemos basado en los siguientes parámetros, sugeridos por Lemmitzer y Zinsmeister (2006) en su tipología de corpus alemanes. La Tabla 4 resume las características que describen al corpus KoDeHo.

Criterios	
1. Funcionalidad	investigación lingüística sobre fraseología de textos promocionales en páginas web hoteleras
2. Lenguas	monolingüe, lengua alemana de uso nativo
3. Medio	páginas web electrónicas
4. Tamaño	2.334.787 palabras
5. Anotación	no
6. Persistencia o durabilidad	marzo 2017 - diciembre 2018
7. De especialidad o general	de especialidad, alojamientos hoteleros, turismo
8. Disponibilidad	privado, a disposición para investigación

Tabla 4. Características corpus KoDeHo

Los textos recogidos proceden de páginas electrónicas de establecimientos hoteleros urbanos de Alemania, Austria y Suiza. De esta forma podremos caracterizar los textos promocionales de las páginas web y observar diferencias de variación diatópica, considerando el alemán como una lengua pluricéntrica (Ammon, 1995; Kellermeier-Rehbein, 2014). El hecho de recopilar solo establecimientos urbanos ha sido por dotar al corpus de cierta homogeneidad. Dado el carácter cambiante y constantemente actualizable de las páginas web es importante apuntar que ha sido compilado en los meses de junio a diciembre de 2018. El vaciado de las páginas de las páginas se ha realizado de manera semiautomática y no se han tenido en cuenta los textos estáticos descargables en otro tipo de documentos que no sean los mostrados en html o htm.

5.1.2. Selección de los hoteles para el corpus KoDeHo

5.1.2.1. Países de lengua alemana como lengua oficial

El hecho de seleccionar hoteles sitios en territorios con lengua oficial o cooficial el alemán, se debe a la consideración de que los textos de las web encontrados en esa lengua, se entenderán como fundamentalmente nativos o, en su caso, traducciones llevadas a cabo por redactores de lengua materna alemana.

Los países que tienen la lengua alemana como lengua oficial a nivel nacional son Alemania, Austria, Suiza, Lichtenstein, Luxemburgo y Bélgica.⁴ A nivel regional o local

⁴ https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Sprache [consulta 04.08.2017]

son además otros países los que poseen territorios donde la lengua alemana es cooficial, como en regiones de Bélgica o Italia. Encontramos también comunidades germano hablantes de mayor o menor tamaño en países como Australia, Brasil, Canadá, Estados Unidos, Hungría, Namibia, Paraguay, Polonia, Rumanía y Rusia entre otros. Ammon, Bickel y Lenz (2016), en su diccionario de variedades del alemán, subdivide las variedades de la lengua alemana en tres niveles: *Vollzentren*, *Halbzentren* y *Viertelzentren*. En el primer nivel *Vollzentren* son consideradas las variedades de Alemania, Austria y Suiza, las cuales son objeto de estudio en el presente trabajo. En el segundo nivel o *Halbzentren* se recogen las variedades de Liechtenstein, Luxemburg, este de Bélgica y Tirol del sur. Y, por último, en un tercer nivel o *Viertelzentren* son consideradas aquellas habladas en Rumanía, Namibia y las colonias Mennoniten en México.

Para este estudio hemos tomado en consideración únicamente los tres países cuya lengua oficial o cooficial a nivel nacional es la alemana y poseen mayor volumen de población, a saber, Alemania, Austria y Suiza. En la Tabla 5 vemos la población de cada uno de los tres países (Statistisches Bundesamt – Destatis (n.d.); Wirtschaftskammern Österreichs (n.d.); Bundesamt für Statistik, 2017b).

País	Población
Alemania	83.200.000
Austria	8.773.700
Suiza	5.823.000

Tabla 5. Población de los principales países de lengua alemana

La Figura 1 muestra en porcentajes la distribución de la población de las zonas geográficas de donde hemos seleccionado los hoteles urbanos objeto de estudio. El hecho de haber mayor población en algunas zonas geográficas indica asimismo mayor influencia en el idioma en general en la red. Como se aprecia, Alemania representa el 85 % de la población contemplada en esta investigación, seguido a gran distancia de Austria con un 9 % y Suiza con un 6 %. Sin embargo, en porcentaje los textos de estos

dos países son algo mayor que sus poblaciones, probablemente debido a que encontremos páginas más elaboradas.

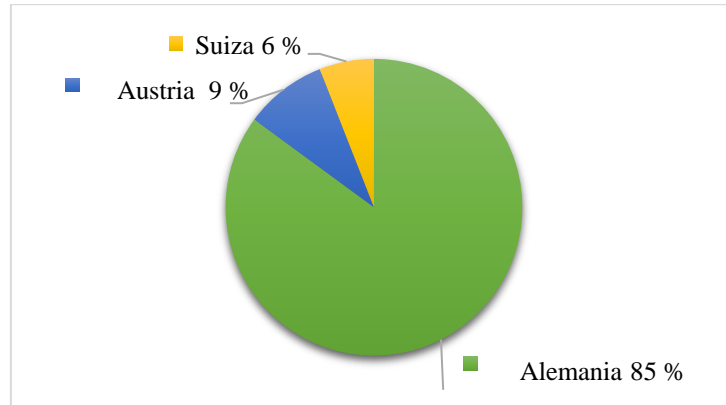


Figura 1. Población en porcentaje de los principales países germano hablantes

En el caso de Alemania y Austria hemos seleccionado ciudades de todo el territorio. Sin embargo, en el caso de Suiza hemos seleccionado solo las regiones donde la lengua alemana tiene un peso significativo y es oficial, que resulta ser el 65 % de su territorio. Partimos de la hipótesis de que las páginas web están escritas en alemán estándar dado el fenómeno de diglosia en Suiza, donde la lengua hablada es dialecto, pero no así la lengua escrita. El alemán es la lengua oficial en 17 de los 26 cantones suizos: Uri, Schwyz, Obwalden, Nidwalden, Lucerna, Zúrich, Glaris, Zug, Soleura, Basilea-Ciudad, Basilea-Campiña, Schaffhausen, Appenzell Rodas Exteriores, Appenzell Rodas Interiores, Sankt Gallen, Argovia y Turgovia, más el bilingüe alemán-francés de Berna, con mayoría alemana (84 %).⁵ Excluimos, por tanto, las ciudades y cantones en las que la lengua alemana está en minoría y no es oficial, a saber, Friburgo, Ginebra, Jura, Neuchâtel, Tesino, Valais y Vaud. El Apéndice 1 recoge las denominaciones bilingües alemán-español de regiones y ciudades de Alemania, Austria y Suiza.

⁵ https://es.wikipedia.org/wiki/Suiza_alemana [consulta 04.08.2017]

5.1.2.2. Los subcorpus en KoDeHo

El corpus de páginas electrónicas de hoteles urbanos en lengua alemana de Alemania, Austria y Suiza (KoDeHo), que es la base de nuestra investigación, consta de tres subcorpus correspondientes a cada uno de estos tres países: Alemania, Austria y Suiza.

5.1.2.3. Organización de la Hostelería en los países de lengua alemana: Alemania, Austria y Suiza

En cada uno de los tres países, en los que centramos este estudio, hay una asociación hotelera que vela por los intereses de los empresarios del sector. En Alemania es la Asociación Federal de Hostelería y Restauración o *Deutsche Hotel- und Gaststättenverband e. V.*, DEHOGA (DEHOGA Bundesverband, n.d.), en Austria la Asociación Hotelera de Austria o *Österreichische Hotelvereinigung*, ÖHV (Österreichische Hoteliervereinigung, n.d.) y en Suiza la Asociación Hostelera Suiza, o *Schweizer Hotelier-Verein*, SHV (Hotellerie Suisse, n.d.c), con 70.000, 1.400 y 3.000 afiliados respectivamente. Las empresas de alojamiento no están obligadas a participar en ellas. A modo de ejemplo, la Figura 2 muestra de forma sintética los servicios que la Asociación Hotelera de Austria (Österreichische Hotelvereinigung - ÖHV, n.d.):



Figura 2. Publicidad de la ÖHV sobre los servicios que ofrece a sus afiliados

Dicha asociación ofrece a sus miembros y es similar a las de Alemania y Suiza: asesoramiento, formación continua, informaciones del sector, entre otros. Estas tres asociaciones ofrecen además del servicio de proporcionar la clasificación por categoría asesoría general y especializada, otros, entre los que se encuentran, el de emisión de informes y estadísticas sobre la actividad de los mismos o cursos de formación.

5.1.2.3.1. Tipología de hoteles

La definición de los tipos de empresas de alojamiento en Alemania está regulada por la norma de terminología internacional DIN EN ISO 18513 y la de información turística (*Touristische Informationsnorm*, TIN) de la Asociación de Turismo Alemana (*Deutscher Tourismusverband*, DTV) (Deutscher Tourismusverband, n.d.). Esta norma distingue los siguientes establecimientos: *All-Suite-Hotel*, *Aparthotel* o *Apartmenthotel*, *Bauernhof* (granja) *Boardinghouse*, *Ferienwohnung* o *Ferienhaus*, *Gästehaus*, *Hotel*, *Hotel garni*,

Jugendherberge (albergue), *Kurheim*, *Kurklinik*, *Kurhotel* (balnearios), *Motel*, *Pension*, *Privatunterkunft* o *Privatzimmer* (habitaciones en casas privadas).

Para este estudio hemos seleccionado las categorías de hotel y hotel *garni* en zonas urbanas. Según la descripción de los tipos de alojamientos que ofrece la asociación DEHOGA, la diferencia entre estos es que el hotel *garni* ofrece pernoctación y desayuno con la posibilidad tan solo de cocina fría y platos de poca elaboración (DEHOGA Bundesverband, n.d.).

La normativa en Suiza es publicada por la Asociación Hotelera Suiza (Hotellerie Suisse, n.d.a), la cual clasifica, por una parte, a los hoteles (Hotellerie Suisse, n.d.) y por la otra a los alojamientos bajo la denominación de *Parahotellerie* (Federal Statiscal Office – FSO, n.d.): cámpines, apartamentos o casas turísticas y alojamientos colectivos (casas de montaña, refugios, alojamientos en salas de dormir). Entre los hoteles se encuentra la siguiente clasificación basada en el sistema de estrellas: *Swiss Lodge*, *1-Sterne Hotel*, *2-Sterne Hotel*, *3-Sterne Hotel*, *4-Sterne Hotel*, *5-Sterne Hotel*, *Superior Hotel*.

5.1.2.3.2. Distribución de hoteles por países: Alemania, Austria, Suiza

En este apartado queremos mostrar datos recogidos por organismos o instituciones oficiales sobre el número de establecimientos hoteleros en cada uno de los países (Tabla 6), para de esta forma poder valorar, aunque sea de forma aproximada, el tamaño de la muestra.

País	Hoteles total	Hoteles en KoDeHo	% en KoDeHo
Alemania	14.756	655	4,4 %
Austria	5.787	243	4,2 %
Suiza	3.003	84	2,8 %

Tabla 6. Número de hoteles por países

En este punto cabe destacar que el número total de los hoteles recogidos hace referencia a aquellos alojamientos hoteleros de cualquier tipo que tengan o no presencia en internet.

Los establecimientos seleccionados han sido aquellos ofrecidos en las páginas oficiales de turismo de las ciudades que estuvieran localizados en las mismas. El hecho de que estos representen un bajo porcentaje respecto al total en cada uno de los países, nos hace pensar que son aún muchos establecimientos hoteleros que no poseen página web propia, datos al respecto de la presencia en internet de los hoteles no hemos encontrado. Otra causa puede ser la opción de muchos alojamientos hoteleros de tener una presencia en internet no propia, sino a través de otras empresas que ofrecen plataformas de contenido relacionado con viajes o especializado en alojamientos, e.g. Booking, Trivago.

La asociación DEHOGA publicó en febrero de 2017 la existencia de un total de 14.756 de hoteles y hoteles *Garni* en Alemania durante el 2015 (DEHOGA Bundesverband, n.d.). Respecto a la distribución de hoteles por regiones (Tabla 7), los datos obtenidos son de aquellos que cuentan al menos con 25 habitaciones, por tanto, no incluye a todos, pero nos da una aproximación a fecha de mayo de 2017 (Statistisches Bundesamt - Destatis, n.d.).

<i>Bundesländer</i> en Alemania	Nº de hoteles
Baden-Württemberg	1.293
Bayern	1.915
Berlin	438
Brandenburg	248
Bremen	68
Hamburg	223
Hessen	805
Mecklenburg-Vorpommern	424
Niedersachsen	780
Nordrhein-Westfalen	1.296
Rheinland-Pfalz	511
Saarland	121
Sachsen	404
Sachsen-Anhalt	209
Schleswig-Holstein	363
Thüringen	217
Total	9.315

Tabla 7. Distribución de hoteles por *Bundesländer* en Alemania

La Figura 3 muestra la distribución de los hoteles por los diferentes *Länder* o regiones en Alemania según la asociación DEHOGA. Podemos observar que destacan los *Länder* Baviera (*Bayern*), Nordrhein-Westfalen (*Renania del Norte-Westfalia*) y Baden-Württemberg, seguidos de Niedersachsen (*Baja Sajonia*) y Hessen (*Hesse*).

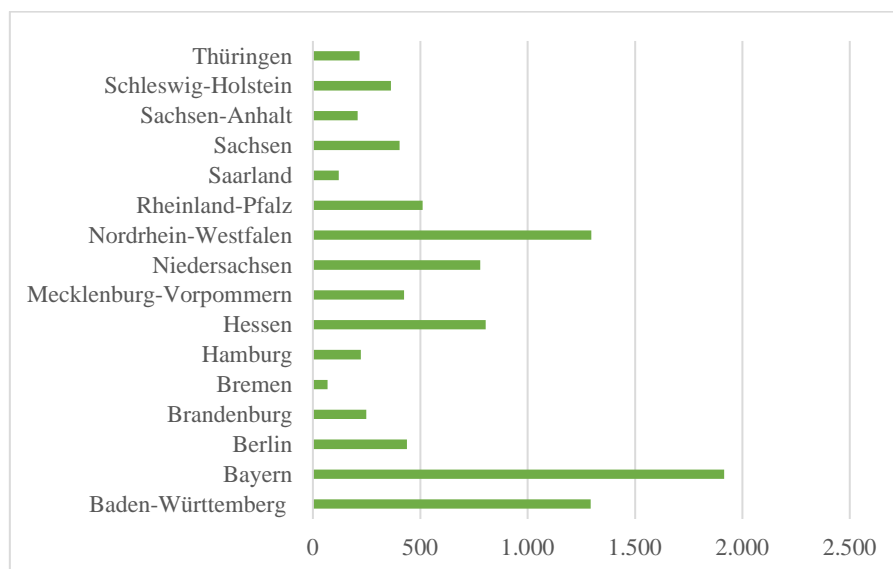


Figura 3. Distribución de hoteles por *Bundesländer* en Alemania

En Austria según statista.com (Statista, n.d.) había 5.787 empresas dedicadas a la hostelería en los años 2015-2016, distribuidos como muestra la Tabla 8 según *Bundesländer*, consideradas como regiones turísticas.

<i>Länder</i> en Austria	Nº de hoteles
Tirol	2.578
Salzburg	819
Kärnten	514
Steiermark	459
Voralberg	370
Wien	337
Niederösterreich	320
Oberösterreich	264
Burgenland	126

<i>Länder</i> en Austria	Nº de hoteles
Total	5.787

Tabla 8. Distribución de hoteles por *Länder* en Austria

El gráfico de barras de la Figura 4 representa la distribución de los hoteles en las diferentes regiones de Austria. Destaca de manera sobresaliente la zona del Tirol, seguida a gran distancia por Salzburg. Llama la atención el hecho de que en nuestra recopilación de hoteles urbanos el Tirol apenas está representado, por lo que podemos pensar que el turismo de ciudad no es el de mayor relevancia en el global de Austria. Este hecho contrasta con la importancia de Viena como una de las ciudades de mayor atractivo turístico en Europa.

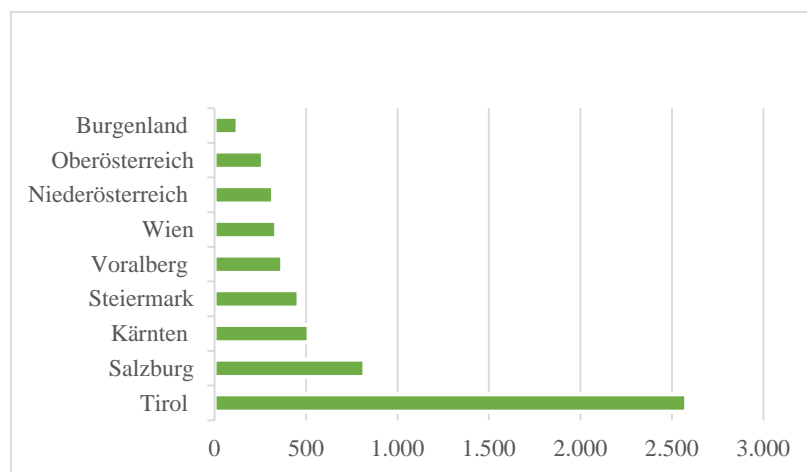


Figura 4. Distribución de hoteles por *Länder* en Austria

El Ministerio de Estadística de Suiza (*Bundesamt für Statistik – Schweizerische Eidgenossenschaft*) recoge un número de 4.894 de establecimientos hoteleros, datos acumulados entre enero y mayo de 2017 (Bundesamt für Statistik, 2017a). Los alojamientos quedan clasificados según regiones turísticas (Federal Statistical Office – FSO, n.d.) por una parte y por zonas (Federal Statistical Office – FSO, n.d.), por la otra, a saber: zona de montaña, a partir de 1000 metros sobre el nivel del mar (*Bergzone*); zona

en torno a un lago, exceptuando las grandes ciudades (*Seezone*); grandes ciudades: Basilea, Bern, Genf, Lausanne y Zürich (*Große Städte*); zonas no incluidas en las anteriores (*Übrige Zonen*). La Tabla 9 nos muestra el número de alojamientos hoteleros distribuidos en los diferentes cantones suizos de los que se ofrecen datos y hemos seleccionado para este estudio.

Regiones en Suiza	Nº de hoteles
Bern	721
Luzern	198
Uri	89
Schwyz	95
Obwalden	67
Nidwalden	42
Glarus	50
Zug	31
Solothurn	80
Basel-Stadt	64
Basel-Landschaft	56
Schaffhausen	27
Appenzell-Ausserrhoden	53
Appenzell-Innerrhoden	42
St. Gallen	252
Graubünden	725
Aargau	156
Thurgau	116
Total	2864

Tabla 9. Distribución de hoteles por cantones en Suiza

La Figura 5 muestra cómo los cantones que albergan el mayor número de alojamientos hoteleros se concentran en Berna y Grisonas, cuya capital es la ciudad de Coira. A gran distancia le siguen las ciudades de Lucerna, San Galo en el registro de alojamientos hoteleros.

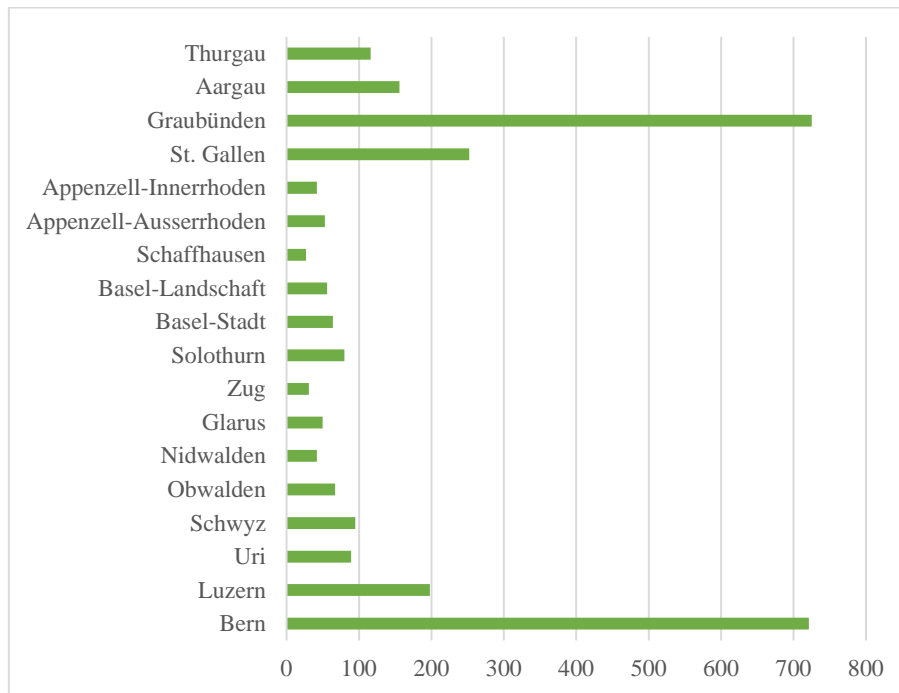


Figura 5. Distribución de hoteles por *Kantone* en Suiza

5.1.2.3.3. Distribución de hoteles por categoría

Los tres países objetos de investigación son miembros de *Hotelstars Union* (Hotelstars, n.d.), organismo creado con la finalidad de aunar criterios de clasificación para los establecimientos hoteleros. Esta organización, cuya participación es voluntaria por parte de las empresas hoteleras, nació bajo el paraguas de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Cafés de Europa *HOTREC-Hospitality Europe* (Hotrec, n.d.).

El perfil de los tres países del presente estudio, muestran características similares, pero no es idéntico, respecto al porcentaje de hoteles de cada categoría. En los tres países predominan los hoteles de tres y cuatro estrellas, pero mientras que en Alemania (Hotelstars, n.d.) y Suiza son más abundantes en el mercado los hoteles clasificados con tres estrellas, en Austria son más abundantes los de cuatro. En Suiza los hoteles clasificados de las zonas de nuestro interés son 1.818 de 2.864 en el año 2017.

La Figura 6 muestra los porcentajes de hoteles de cada una de las categorías en Alemania. Llama la atención que, en el año 2015, 8.779 hoteles de un total de 14.756, no estaban clasificados, lo que representa un 41 % del total. De los hoteles categorizados, la mayoría de ellos tenían tres estrellas y representaban un 35 % del total, seguido de los de cuatro estrellas con un 19 %. A más distancia quedaban los de dos estrellas con un 4 % del total, seguido por los hoteles de cinco representando un 2 %, y los de una estrella un 1 % del total. No poseemos datos, sin embargo, de los servicios y calidades que poseen los establecimientos no categorizados que podrían asimilarse a los diferentes niveles de estrellas.

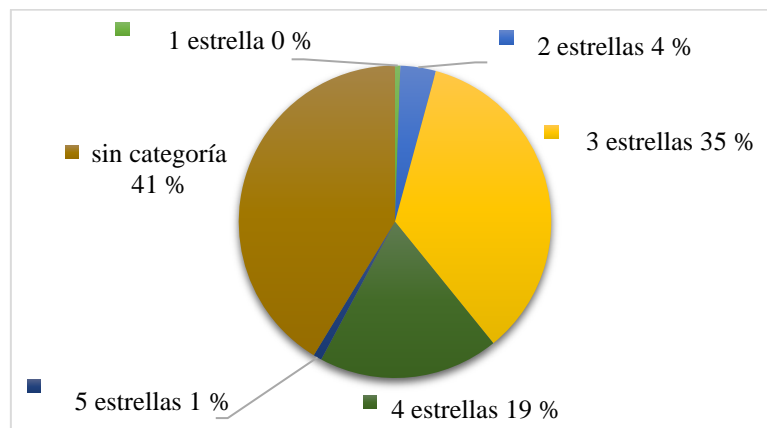


Figura 6. Distribución de hoteles por categoría en Alemania

Como se muestra en la Figura 7, el panorama de la categoría de los hoteles difiere en parte en Austria. Los hoteles de cuatro estrellas tienen en esta zona geográfica la mayor representación con un total de 45 %, seguidos de los alojamientos de tres estrellas, con un 25 %. Los establecimientos de cinco y de dos estrellas tienen porcentajes de un 2 % y un 1 % del total, de forma similar a los porcentajes de estas categorías en Alemania, no habiendo representación de los hoteles de una estrella. El porcentaje de los establecimientos hoteleros es también elevado con un 27 %, pero menos que en Alemania.

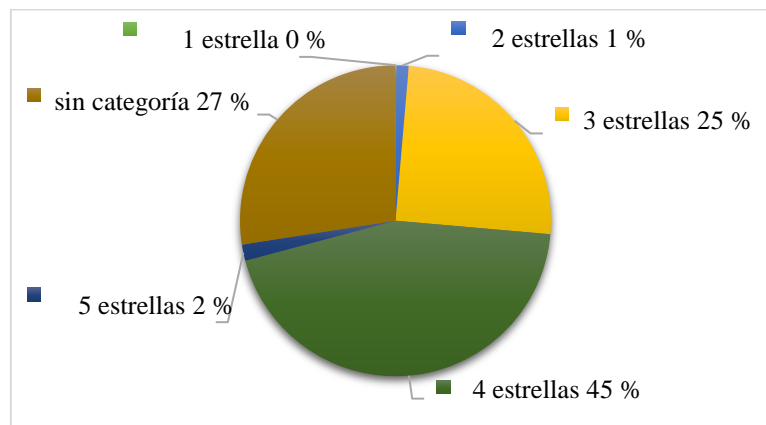


Figura 7. Distribución de hoteles por categoría en Austria

Los porcentajes de hoteles según la categoría en Suiza se muestran en la Figura 8. Como dato destacable, hay que decir que no se reflejan datos de establecimientos hoteleros sin categorizar. Por otra parte, al igual que en Austria y Alemania, la mayoría de los hoteles categorizados son de tres estrellas, en este caso suponen un 50 % del total de los alojamientos hoteleros en Suiza. A estos siguen los de cuatro estrellas con un 25 %, y a más distancia los de dos estrellas y una categoría propia en Suiza denominada swiss lodge, con un 9 % y 10 % respectivamente. Los hoteles de cinco estrellas representan un porcentaje similar que en Alemania y Austria con un 5 %, al igual que los de una estrella con un 1 %.

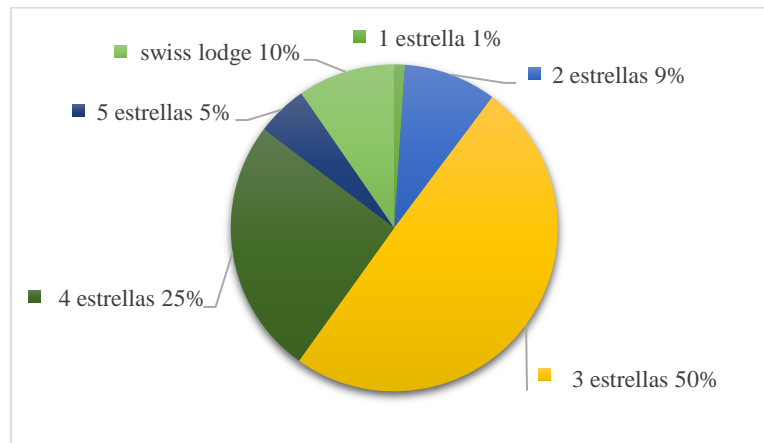


Figura 8. Distribución de hoteles por categoría en Suiza (Hotellerie Suisse, en línea, d)⁶

Por último y para cerrar este apartado sobre la distribución de hoteles por categoría en cada uno de los países observados en este trabajo, la Figura 9 muestra una gráfica que compara los mismos respecto al tipo de hotel. En este sentido, en Alemania encontramos sobre todo hoteles de tres y cuatro estrellas, mientras que en Austria de cuatro y muchos sin clasificar. En Suiza también prevalecen los de tres estrellas, pero más compensados en porcentaje respecto a los de cuatro. Los hoteles de una, dos y cinco estrellas son marginales.

⁶ En estos datos están incluidos todas las empresas hoteleras suizas estén o no asociadas.

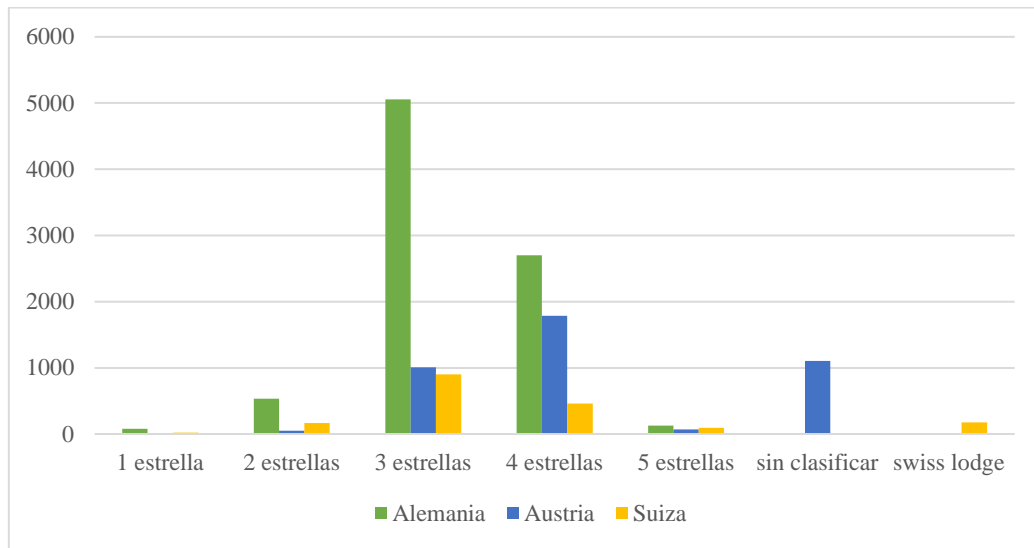


Figura 9. Distribución de hoteles por categoría en Alemania, Austria y Suiza

5.1.2.4. Localización de hoteles

La selección ha sido realizada a partir de la información obtenida de las páginas electrónicas de turismo institucional de cada uno de los gobiernos. En el caso de Alemania (*Deutschland Zentrale für Tourismus*, n.d.), la página oficial de turismo dependiente del Ministerio de Economía y Energía (*Ministerium für Wirtschaft und Energie*), estructura la información por apartados, siendo uno de ellos *ciudades y cultura* (Figura 10).

LENGUAJE FORMULAICO DEL ALEMÁN EN PÁGINAS WEB HOTELERAS DE LOS PAÍSES DE LENGUA ALEMANA:
UN ESTUDIO BASADO EN PAQUETES LÉXICOS



Figura 10. Página oficial de turismo dependiente del *Ministerio de Economía y Energía* de Alemania

Aquí encontramos un listado de diez ciudades clasificadas por interés turístico general - denominadas *Magic Cities* (Figura 11)- y otras catorce ciudades de interés histórico (Tabla 10). En total son veinticuatro ciudades en las que hemos basado nuestra búsqueda de páginas de hoteles.

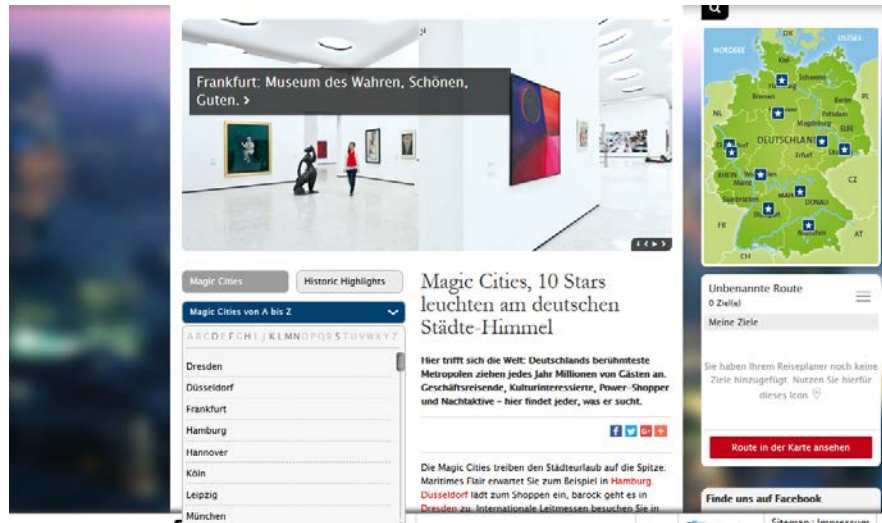


Figura 11. Ciudades de interés turístico general *Magic Cities* en el portal oficial de turismo del *Ministerio de Economía y Energía* de Alemania

Ciudades de interés general	Ciudades de interés histórico
Dresde (DD)	Augsburgo (A)
Düsseldorf (D)	Berlín (B)
Fráncfort (F)	Érfurt (EF)
Hamburgo (HH)	Friburgo (FR)
Hannover (H)	Heidelberg (HD)
Colonia (K)	Coblenza (KO)
Leipzig (L)	Maguncia (MZ)
Múnich (M)	Münster (MS)
Nuremberg (N)	Osnabrück (OS)
Stuttgart (S)	Potsdam (P)
	Ratisbona (R)
	Rostock (ROS)

Tabla 10. Ciudades alemanas seleccionadas

En el caso de Austria, la página oficial de turismo muestra una posibilidad de destinos clasificados por regiones, *Länder* o por ciudades (Das offizielle Tourismus Portal Österreich ankommen und aufleben, n.d.). Las ciudades que hemos seleccionado son las nueve destacadas, que son, a su vez capitales de los *Bundesländer*: Bregenz, Innsbruck, Salzburgo, Klagenfurt, Graz, Linz, St. Pölten, Viena y Eisenstadt.

En el caso de Suiza, la página oficial de turismo ofrece la posibilidad de búsqueda por ciudades y por poblaciones típicamente vacacionales. De las 32 clasificadas, hemos seleccionado las nueve de mayor población y cuya lengua es mayoritariamente la alemana Zúrich, Basilea, Berna, Winterthur, Lucerna, St. Gallen, Schaffhausen y Chur. A pesar de ser ciudades que se encuentran en un entorno de montaña, las consideramos no obstante de turismo urbano, aunque dada su localización geográfica, su perfil de hotel de ciudad sea diferente.

Una vez realizada la selección de las ciudades, hemos acudido a la página web oficial de turismo de cada una de las mismas, donde se encuentra siempre una sección específica para hotelería y alojamiento. A partir de la base de datos de alojamientos de cada ciudad, hemos incluido en nuestro corpus todos los hoteles registrados en sendas páginas. En el caso de exceder el número de 150 hoteles en una misma ciudad hemos realizado una selección basada en dos criterios:

- Categoría del hotel⁷
- Localización del hotel dentro de la ciudad.

5.1.3. Archivado de los textos

El procedimiento seguido para la compilación de los textos de cada uno de los hoteles, ha sido guardar los archivos con la extensión .txt (texto plano), con ayuda del programa TextPad.8.0.2 para Windows. El texto de cada hotel corresponde a un único documento, codificado del siguiente modo: país Alemania (DE), Austria (A), Suiza (CH); número de hotel asignado por nosotros; categoría en función del número de estrellas – (ninguna especificación o ninguna estrella), 1, 2, 3, 3s (3 superior), 4, 4s (4 superior), 5; y nombre del alojamiento hotelero. Así por ejemplo el archivo “A_82_S_Bregenz_Hotel-Garni Zum Grauen Bären” contiene los textos del “Hotel-Garni Zum grauen Bären”, situado en la ciudad de Bregenz en Austria, el cual no tiene estrellas y sin embargo tiene el número de entrada 82.

⁷ Este baremo lo realiza la asociación de hotelería regional y ella misma establece los criterios, que pueden variar de Land a Land**** y difieren respecto a los empleados en España.

5.1.4. El corpus KoDeHo en cifras

Para la presente investigación hemos realizado la compilación de un corpus de páginas web de hoteles urbanos de Alemania, Austria y Suiza, que hemos denominado *Korpus der Deutschsprachigen Hotelwebseiten* – KoDeHo. Con el objetivo de contribuir a la representatividad del mismo se han tomado en consideración las siguientes variables en la selección de los alojamientos hoteleros: localización geográfica, tipología de hoteles, localización dentro de la ciudad y pertenencia o no a una cadena hotelera. El corpus está compuesto por textos de 982 páginas web de alojamientos con un total de 2.334.787 palabras (*tokens*) y 288.094 formas (*types*). Utilizamos el término página web como aglutinador de sitio web y página web, dado que la diferenciación no nos ayuda a homogeneizar los textos tomados de los diferentes alojamientos hoteleros. KoDeHo está subdividido en tres subcorpus, atendiendo a las tres zonas geográficas de los países de lengua alemana seleccionadas: Alemania, Austria y Suiza. La Tabla 11 muestra la distribución de los textos por países, indicando el número de palabras y de formas, así como las ciudades de las que han sido tomadas las muestras. Observamos que la muestra de hoteles por zonas geográficas y ciudades es desigual, ello se debe al hecho de haber tenido en consideración la densidad de población y de hoteles de cada una de ellas como criterios en el diseño de la muestra. Ello hace que sea un corpus compensado, pues la densidad poblacional y el interés turístico de la localidad tienen, a nuestro entender, un efecto en la importancia conjunta del discurso promocional que exhiben estos textos.

País	Nº textos	Nº formas	Nº palabras	Nº ciudades	Ciudades
Alemania	655	172.983	1.427.280	22	Augsburg, Berlin, Dresden, Düsseldorf, Erfurt, Frankfurt, Freiburg, Hamburg, Hannover, Heidelberg, Koblenz, Köln, Leipzig, Mainz, München, Münster, Nürnberg, Osnabrück, Potsdam, Regensburg, Rostock, Stuttgart

Austria	243	78.239	694.833	9	Bregenz, Eisenstadt, Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Linz, Salzburg, Sankt Pölten, Wien
Suiza	84	36.872	212.674	7	Basel, Bern, Chur, Luzern, Schaffhausen, St. Gallen, Zürich
Totales	982	288.094	2.334.787	38	

Tabla 11. Distribución de hoteles, formas, palabras y ciudades por países

La Figura 12 muestra la distribución por países de los porcentajes de ciudades, textos, número de formas y de palabras totales en cada uno de los países estudiados. En todas ellas el porcentaje mayor corresponde siempre a Alemania seguidas de Austria y Suiza dado que hemos tenido en cuenta el peso demográfico. Resulta destacable que, mientras que los textos recogidos en Suiza suponen un porcentaje del 8 %, sin embargo, en volumen de formas representan casi un 15 % del total. Esto se debería a la mayor extensión de los textos y mayor elaboración de las páginas web en el país helvético. Igualmente, en el caso de Austria, su porcentaje de representación en ciudades, textos y formas se sitúa en torno al 25 % del total, pero en porcentaje de palabras alcanza en torno al 30 %. Por el contrario, mientras que el porcentaje de textos recogidos en Alemania se sitúan en torno al 70 %, sin embargo, el número de palabras y formas desciende al 59 %.

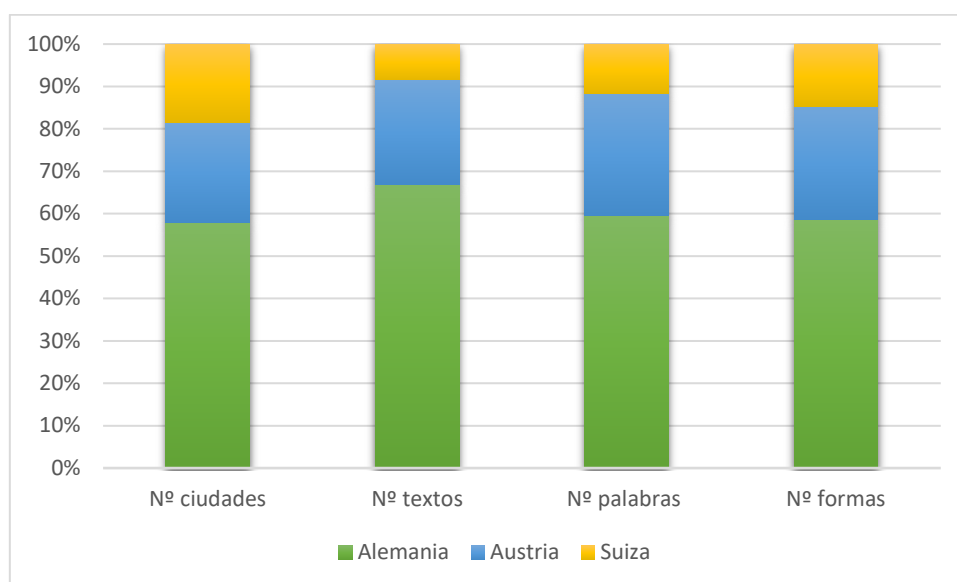


Figura 12. Porcentaje de ciudades, número de textos, de palabras y de formas por países

La variabilidad en la longitud de los textos recogidos está en relación directa con la extensión igualmente variable de los contenidos de las páginas web. Los textos escogidos son aquellos promocionales no estáticos, es decir, no se han seleccionado documentos descargables, que normalmente contienen informaciones más detalladas, por ejemplo, sobre menús de restauración, características de los salones para la organización de eventos, detalles específicos sobre determinados servicios ofertados por el hotel. Asimismo, no se han tomado en consideración las secciones de preguntas frecuentes (FAQ), ni los formularios de reservas o de solicitud de información. Se han excluido además aquellos textos referentes a las condiciones de contratación o política de la empresa, tratamiento de los datos de los usuarios (*Impresion, Datenschutz*, etc.), por considerarlos del ámbito jurídico-mercantil.

La Tabla 12 muestra el número de textos, número total de palabras y de formas recogidas de las páginas web de hoteles, desglosado por ciudades.

País	Ciudad	Nº textos	Nº palabras	Nº formas
Alemania	Augsburg	23	61.875	9.369
	Berlin	156	403.433	29.920
	Dresden	37	101.971	12.615
	Düsseldorf	16	26.720	4.817
	Erfurt	23	40.392	6.359
	Frankfurt	70	135.077	13.584
	Freiburg	26	51.652	8.085
	Hamburg	85	163.158	14.453
	Hannover	11	17.398	3.762
	Heidelberg	30	66.691	9.665
	Koblenz	10	12.898	3.084
	Köln	30	46.046	7.036
	Leipzig	8	18.462	3.368
	Mainz	10	16.478	3.787
	München	43	107.555	11.649
	Münster	13	21.082	4.045
	Nürnberg	9	19.437	4.273
	Osnabrück	10	13.718	3.593
	Postdam	10	31.950	5.736
	Regensburg	10	13.635	3.556

País	Ciudad	Nº textos	Nº palabras	Nº formas
Austria	Rostock	5	14.943	3.527
	Stuttgart	20	42.709	6.700
	Bregenz	8	28.466	6.402
	Eisenstadt	3	1.157	496
	Graz	21	74.199	10.858
	Innsbruck	13	47.055	6.988
	Klagenfurt	7	10.949	3.189
	Linz	19	29.474	5.338
	Salzburg	27	113.085	13.854
	Sankt Pölten	4	9.162	2.387
	Wien	141	381.286	28.727
Suiza	Basel	11	37.797	6.651
	Bern	16	50.503	7.385
	Chur	5	6.948	2.244
	Luzern	15	76.417	10.324
	Schaffhausen	4	8.831	2.456
	St. Gallen	6	16.089	3.906
	Zürich	26	80.636	10.614

Tabla 12. Distribución de hoteles, palabras y formas por ciudades

Resulta apropiado también indicar la distribución de textos por ciudades y países, y examinar la mayor o menor correspondencia entre palabras y formas (TTR) en las distintas zonas geográficas, como indicador de mayor o menor riqueza léxica. De esta forma, se puede observar en qué textos o grupo de textos hay mayor variedad léxica.

La Figura 13 muestra el número de textos por ciudades, mientras la Figura 8 muestra esta información agrupada y destaca solo las ciudades más relevantes por países. Vemos que las ciudades que aportan más textos son las ciudades Berlín y Viena, capitales de Alemania y Austria respectivamente, seguidas de Hamburgo, Frankfurt y Múnich. Asimismo destaca Zürich en Suiza y Salzburgo en Austria, la cual ocupa el segundo lugar a gran distancia de Viena.

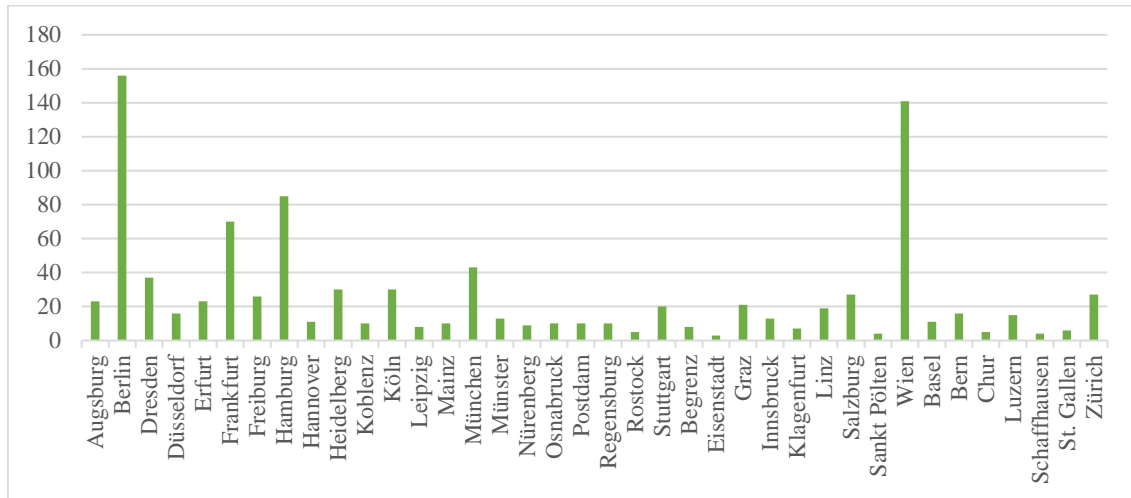


Figura 13. Número de textos por ciudades

La Figura 14 nos muestra gráficamente el número total de palabras (*tokens*) de cada una de las ciudades, destacando igualmente las ciudades Berlin y Viena junto a Hamburg, Frankfurt y Múnich, pero seguidas más de cerca por ciudades como Dresde en Alemania, Salzburgo y Graz en Austria o Lucerna en Suiza. Si comparamos la Figura 11 y la Figura 12 podemos ver el porcentaje de palabras (*tokens*) de Austria y Suiza es mayor en proporción al número de textos recogidos en estos países.

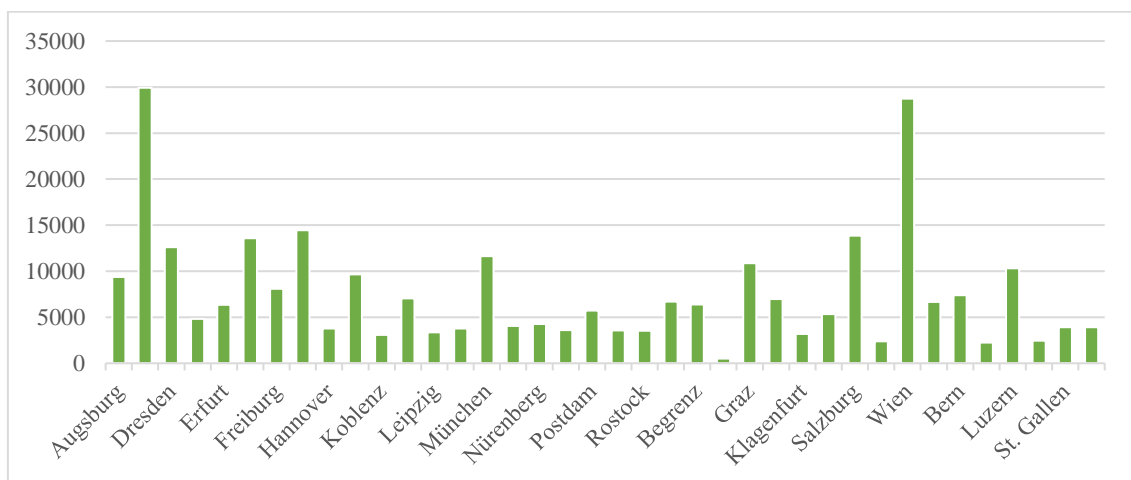


Figura 14. Número de palabras por ciudades

Respecto al número de formas (*types*) en las diferentes ciudades de los tres países estudiados, la Figura 15 nos muestra que Berlín y Viena destacan por mucho en número respecto al resto de ciudades, seguidas igualmente por Hamburgo, Fráncfort y Múnich, en este orden. En Austria destaca en segundo lugar Salzburgo y en Suiza, Lucerna, seguida de Berna y Basilea, dejando a Zúrich relegada por aportar un número muy reducido de formas en comparación con su importante aportación de textos.

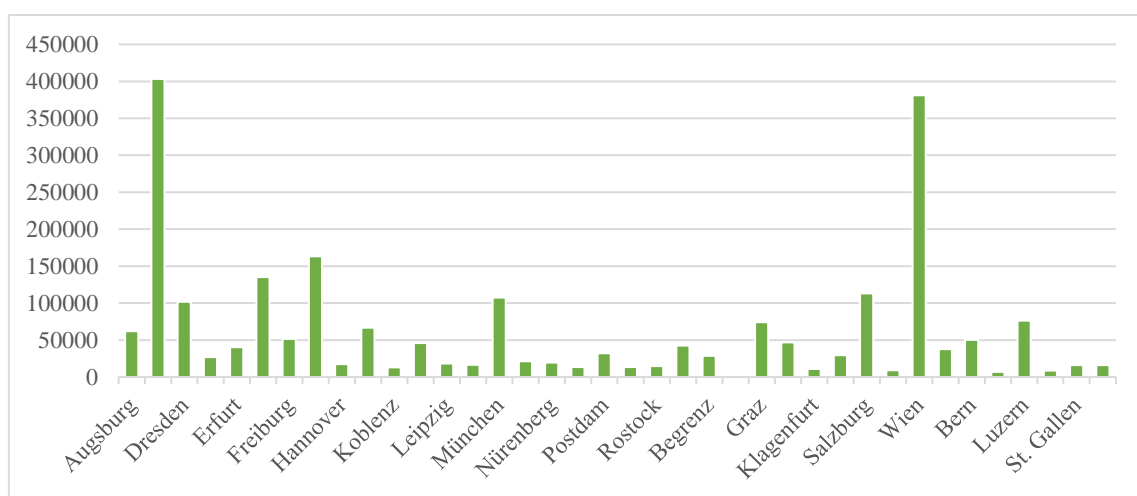


Figura 15. Número de formas por ciudades

5.2. Corpus de referencia

En la fase de análisis de corpus nos hemos ayudado de la plataforma *Sketch Engine*, así como del programa *AntConc* (Anthony, 2020). Dicha plataforma es una herramienta de análisis textual en línea que permite el análisis lingüístico a partir de diversas funciones como listado de palabras, extracción de colocaciones léxicas y gramaticales, creación de un thesaurus y extracción de palabras clave o *keywords*, entre otras. Asimismo, esta recoge corpus preparados para analizar en variedad de lenguas, permite la posibilidad de compilar un corpus de textos online de forma automatizada y, a su vez, subir corpus propios a la plataforma para su estudio.

El corpus de referencia empleado en el presente estudio es el subcorpus *Domains of states with oficial language German* del corpus de alemán general no específico *German Web 2013 (deTenTen13)*, accesible en la pataforma *Sketch Engine*. Este subcorpus tiene un tamaño de 19.733.653.573 palabras totales tomadas de páginas web con dominios pertenecientes a los países que tienen la lengua alemana como oficial. Este hecho nos parece importante, ya que los textos recogidos en nuestro corpus son asimismo pertenecientes a los tres países de lengua alemana oficial más representativos, por considerarlo como un uso nativo de la lengua. Dicho subcorpus representa el 99,624 % del corpus *German Web 2013 (deTenTen13)*, el cual recoge un total de 49.993.180 documentos compilados en 2013, codificados en UTF-8 y anotados por RFTagger pipeline v3.

Dentro de la lingüística de corpus, el corpus de referencia es aquel que nos permite comparar los resultados hallados en un corpus o subcorpus, y cuyas características difieren en al menos un aspecto mediante técnicas denominadas análisis de *keywords*, palabras clave, o análisis de *key* engramas. En el presente trabajo el corpus de referencia nos sirve para determinar en qué grado las secuencias encontradas en nuestro corpus son específicas del mismo, dado que se trata de un corpus general y nuestro corpus KoDeHo es un corpus de textos específicos, como se ha dicho más arriba.

6. METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS

6.1. Extracción de engramas.....	108
6.2. Filtrado de engramas y obtención de listado de paquetes léxicos	109
6.3. Clasificación estructural y funcional	120
6.5. Comparación entre subcorpus	128

La metodología por la que se ha optado para abordar la siguiente investigación tiene carácter inductivo y está guiada por el corpus. En este sentido, combina procesos de análisis cuantitativo y cualitativo. Elena Tognini-Bonelli (2001) observa el hecho de que tradicionalmente la lingüística de corpus ha diferenciado entre dos enfoques de análisis, el basado en corpus o *corpus based* y el guiado por corpus o *corpus driven*. El primero, también denominado introspectivo, emplea el corpus como lugar donde hallar ejemplos de un fenómeno observado o intuido previamente, mientras que el segundo estudia la lengua a partir de los fenómenos proporcionados directamente por el mismo corpus. Fuster-Márquez (2020) señala que en la metodología para el análisis de paquetes léxicos es fundamental este segundo enfoque, que prefiere denominar simplemente inductivo o *bottom-up* (“de abajo arriba”). La presente investigación emplea mayoritariamente el método inductivo, pues se centra en la extracción y clasificación de paquetes léxicos característicos de las páginas web hoteleras, un paso previo para el posterior análisis en detalle de los mismos. Como veremos más adelante, para observar la variación de los paquetes léxicos, hemos procedido de un modo deductivo, en cuanto que hemos indagado a partir del listado de paquetes que habíamos extraído de modo inductivo. En este sentido, somos partidarios de integrar y combinar ambos métodos, el introspectivo y el empírico (Steyer, 2013; Bubenhofer, 2009), pese a que durante mucho tiempo se han visto como formas excluyentes de abordar el estudio de la lengua.

Dado que el objetivo es ofrecer un listado analizado de combinaciones de palabras que sean características de los textos de páginas web hoteleras en alemán, y que sean asimismo de interés pedagógico, se ha optado por emplear la metodología propuesta inicialmente por Biber et al. (1999) para establecer contrastes entre diferentes registros o géneros discursivos en la lengua inglesa, y que Fuster-Márquez (2014) y Fuster-Márquez y Pennock (2015) emplean concretamente para el estudio fraseológico de las páginas web hoteleras en inglés británico. Se trata de una metodología que identifica paquetes léxicos, definidos como secuencias de palabras fijas recurrentes que presentan unas estructuras y desempeñan determinadas funciones concretas en textos pertenecientes a un mismo tipo discursivo. Por ello resultan ser además un buen punto de partida para

explorar las diferencias fraseológicas entre registros, géneros y disciplinas (Römer, 2009).

El interés pedagógico se refiere al hecho de que el vocabulario más frecuente y útil suele ser el preferido en la enseñanza de la lengua extranjera (cf. Salazar, 2011), tanto en su ámbito general como especializado, como es nuestro caso. Este método supone, en consecuencia, un medio para la identificación de secuencias fijas altamente frecuentes en la lengua en uso, las cuales deben ser referente en la elaboración de materiales para la enseñanza del alemán turístico en general, y del ámbito de la hotelería en particular. A su vez, permite la comparación de subcorpus, que responden a preferencias asociadas a variedades diatópicas de la lengua alemana. Este contraste posibilita establecer si los paquetes léxicos son más característicos en un ámbito local que en otro, y consecuentemente adaptar los mensajes al público objetivo como potencial cliente. En los siguientes apartados se explicita el procedimiento llevado a cabo.

6.1. Extracción de engramas

En este primer paso nos hemos servido de la plataforma *Sketch Engine* (2021), la cual nos ha permitido cargar en la plataforma nuestro corpus de textos de páginas web en alemán KoDeHo a fin de poder hacer uso de varias técnicas o herramientas de las que dispone dicha plataforma. A continuación hemos realizado la extracción automática de engramas de entre tres y cinco palabras de modo independiente, es decir, por separado según su longitud, con la herramienta de “*Ngrams*”, en una ordenación por frecuencia de los mismos. El hecho de no hacerlo de forma conjunta ha sido para evitar el sesgo que supone la variable de longitud de los mismos, puesto que existe una correlación entre la longitud del engrama y su frecuencia. Por tanto, cuanto más corto es el engrama, más frecuente resultará ser. En la búsqueda se han mantenido los parámetros de búsqueda por defecto, es decir, diferenciando mayúsculas y minúsculas y no considerando como palabras signos de puntuación, guiones o números. Las contracciones, ya sean de preposición y determinante (*vom*, *zum*) o de verbo y pronombre, así como los compuestos

con guion interno (*U-Bahn*, *Kabel-TV*) han sido considerados como una única palabra, tal como anteriores estudios en inglés lo han hecho (Biber et al., 1999: 990; Fuster-Márquez, 2014: 90) y cuya decisión hemos considerado acertada.

Acto seguido se explican los criterios para el filtrado de los engramas obtenidos con el objetivo de identificar los paquetes léxicos característicos de estos textos en el sentido de la definición de Biber et al. (1999: 992) como propios de un registro.

6.2. Filtrado de engramas y obtención de listado de paquetes léxicos

Una vez obtenidos los listados de engramas de tres, cuatro y cinco palabras de manera independiente hemos procedido a filtrar los datos a partir de una serie de criterios que podemos agrupar en dos secciones: criterios cuantitativos y criterios cualitativos o formales. Los criterios cuantitativos se refieren a establecer un umbral o límite mínimo de frecuencia, por una parte, y establecer un número mínimo de documentos en los que aparezcan las secuencias a estudiar. Los criterios cualitativos hacen referencia a la no inclusión de determinadas palabras como abreviaturas o nombres propios. Asimismo, hemos establecido posteriormente otra serie de criterios que nos ha permitido ordenar los paquetes léxicos identificados en función de unas variables basadas en investigaciones previas sobre paquetes léxicos en discurso específico.

6.2.1. Criterios cuantitativos para el filtrado semiautomático de engramas

Uno de los criterios, de carácter procedimental, para considerar una secuencia de palabras recurrente como paquete léxico es asegurarse de una presencia numérica mínima, un umbral preestablecido, en un corpus dado. A este número mínimo de apariciones se denomina el umbral de frecuencia. Biber et al. (1999) estudian los paquetes léxicos de cuatro palabras en conversaciones y en prosa académica, donde establecen unos umbrales de frecuencia de diez casos por millón. Biber et al. (2004) deciden ser más conservadores a la hora de considerar paquetes léxicos para el análisis y establecen umbrales de frecuencia de 40 veces por millón y en un mínimo de 20 documentos, para determinar los paquetes léxicos que definen a un discurso, género o registro. Dado que las secuencias de

cinco y seis palabras son menos frecuentes, Biber et al. (1999) consideran unos umbrales de frecuencia menores para su análisis.

Fuster-Márquez (2014: 92) establece para la investigación de paquetes léxicos de cuatro palabras en páginas web hoteleras en inglés, un umbral de 29 casos por millón de palabras, relativamente alto o restrictivo, y su aparición en al menos 16 textos diferentes, dado que el lenguaje que exhiben las páginas web hoteleras es más repetitivo. El trabajo inicial de Biber et al. (1999) sobre este tipo de secuencias continuas, establece un umbral de 20 apariciones por millón de palabras para seleccionar los paquetes de cuatro palabras, por considerarlas significativas de un registro específico. No somos conscientes de la existencia de trabajos sobre paquetes léxicos para el alemán con los que poder contrastar, de ahí que nuestra referencia sea exclusivamente a trabajos realizados sobre el inglés en discursos específicos.

Los umbrales de aparición en un mínimo de documentos permiten descartar aquellos engramas que tienen alta frecuencia, pero se localizan en uno o pocos textos de un mismo hotel. Teniendo en cuenta los umbrales de trabajos previos y observando los datos que nos ofrece nuestro corpus, hemos considerado establecer un umbral inicial relativamente bajo, dado que queremos evitar que posibles secuencias pertenecientes a algunos marcos se queden sin detectar, ya que puede ocurrir que algunas variantes de algunos marcos no sean excesivamente frecuentes. Por esta misma razón, hemos llevado a cabo un filtrado manual, para descartar secuencias por encima de los umbrales establecidos, pero detectadas en hoteles de una misma cadena, que podrían influir en los resultados. Este paso se ha realizado tras observar el cotexto más inmediato de dichos engramas mediante la técnica de concordancias en el programa *AntConc* (Anthony, 2020).

Con el objetivo de obtener en nuestro corpus un listado de los paquetes léxicos de los textos objeto de estudio, los umbrales establecidos en este trabajo han sido de 48 ocurrencias por millón en doce documentos diferentes para los engramas de tres palabras, un mínimo de 20 apariciones en doce textos para los de cuatro palabras, y 14 ocasiones en diez textos diferentes para los de cinco. En nuestro corpus KoDeHo, por tanto, supone

que hemos considerado los trigramas a partir de 48 casos, los engramas de cuatro palabras a partir de 20 apariciones y los de cinco palabras a partir de 14.

Una vez llevado a cabo el filtrado semiautomático relativo a los umbrales de frecuencia y número de documentos y, por otra parte, un filtrado manual con criterios formales, que se especifican en el siguiente apartado, hemos obtenido un número total de 174 paquetes de tres palabras, 228 de cuatro palabras y 70 de cinco palabras. En total son 472 paquetes, un número de paquetes para analizar y clasificar suficiente y a la vez abarcable, para las características y dimensiones de esta investigación.

6.2.2. Criterios cualitativos para el filtrado semiautomático de engramas

Una vez obtenido un número de engramas relativamente manejable de tres, cuatro y cinco palabras, filtrados de forma semiautomática con criterios específicos de frecuencia y distribución, hemos establecido otros criterios de carácter subjetivo con el fin de filtrar los listados y obtener paquetes léxicos que puedan ser interesantes para una posterior selección desde una perspectiva pedagógica.

Salazar (2011: 48), en un estudio con fines didácticos sobre paquetes léxicos en textos académicos del ámbito de la medicina, establece algunos criterios de filtrado de orden cualitativo, que pueden considerarse de orden subjetivo. Coincidimos con ella en señalar que estos criterios forman parte más de una decisión más bien de índole metodológica que no teórica, pero son necesarios para lograr un listado de paquetes que, en nuestro caso, defina los textos objeto de estudio y sea de utilidad pedagógica para su incorporación al estudio del alemán con fines específicos.

Los criterios de filtrado que se han considerado en el presente estudio son los siguientes:

- Abreviaturas: hemos descartado secuencias de palabras de gran frecuencia en muchas ocasiones en aposición o solapamientos, por ejemplo *Di Mi Do Fr, m zu Fuß, m vom Hotel entfernt, x Übernachtung inkl. Frühstück*.
- Nombres propios: los nombres propios frecuentes en estos textos suelen ser denominaciones de hoteles, ciudades o lugares de interés turístico como, por

ejemplo: *Hotel Altstadt Vienna, in Frankfurt am Main*. Aunque en su mayoría son descartados previamente debido a su baja frecuencia o aparecer concentrados en pocos textos.

- Acabados en determinante: estas secuencias suelen responder a solapamientos con otras secuencias de mayor o menor tamaño: *mit Blick auf den, in der Nähe des, bieten wir Ihnen ein, guten Start in den, im Zentrum der, ein individuelles Angebot für Ihre*. La presencia del determinante no aporta ninguna información adicional que motive su inclusión como tales, aunque pueda ser una información importante para un posterior análisis, como el hecho de algunas secuencias que alternan un complemento genitivo o preposicional introducido por *von*. Ciertamente es que Biber et al. (1999), al igual que posteriores estudios realizados por este equipo de investigadores, consideran paquetes léxicos aquellos acabados en determinante como *the nature of the*, pero a diferencia del inglés en alemán, siendo una lengua más flexiva, el determinante varía en la forma según género y número, por lo que los datos de frecuencia serían parciales o más bajos. Por su parte, el trabajo de Salazar (2011: 50) sobre la lengua inglesa también descarta este tipo de secuencias en la elaboración de un listado de paquetes léxicos en el ámbito del discurso académico de la medicina, siempre con una finalidad pedagógica.
- Fragmentos de otros paquetes: estas secuencias incluyen a veces una conjunción coordinante y a veces fragmentos de otros paquetes más largos: *freuen uns auf Ihre, und um das Hotel, Sie an der Rezeption, mit viel Liebe zum, oder rufen Sie uns an, ganze Familie und der ideale*.
- Solapamientos: ya Biber et al. (1999) señalaron la existencia de paquetes que pueden ampliarse para formar secuencias más largas, y así es el caso de solapamientos de dos paquetes léxicos de diverso tamaño en KoDeHo. De modo que las secuencias en que coinciden casi todos los casos, hemos descartado el paquete menos frecuente, por ejemplo: *eine große Auswahl* se ha tenido en cuenta frente a *eine große Auswahl an* que se ha descartado, o *rund um die*, que se ha descartado, frente a *rund um die Uhr* o *rund um das Hotel*. Sin embargo, aquellos

paquetes de diferente tamaño que se solapan y no tienen la misma frecuencia, se han mantenido, debido a que pueden ser indicadores de variación de un paquete.

- Series de palabras funcionales: estos paquetes léxicos los hemos descartado por su falta de transparencia y en ocasiones por ser fragmentos de otros paquetes. Su aparición en el listado se debe al hecho de estar formados por palabras altamente frecuentes en el corpus, cuyo carácter es puramente gramatical, por ejemplo: *Sie sich von uns, Sie sich auf ein, Sie links in die, wir für Sie ein, Sie uns einfach.*
- Números: en la extracción de los engramas no se han contemplado las cifras y símbolos, por tanto, los numerales han sido también descartados, si bien entendemos que la contabilización y los numerales son ciertamente importantes en el discurso de las páginas web hoteleras. Sin embargo, sí serían indicadores de marcos, con un elemento cuantificador variable, como por ejemplo: *oder zwei Einzelbetten, Doppelbett oder zwei, für zwei Personen.*
- Ruido: consideramos bajo este apartado aquellas secuencias que por cuestiones de maquetación aparecen con palabras incompletas o que pertenecen a la navegación en la web, como por ejemplo: *mit der U, s Hotel in, auf der B.*

En el caso de paquetes léxicos con errores gramaticales como **mit den öffentlichen Verkehrsmittel, *in der Nähe des Hotel*, se han incluido en los listados sin corregir, dado que nuestro objetivo es reflejar la lengua en uso. Estos errores, por otra parte, consideramos que son de carácter puramente tipográfico.

Desde el punto de vista metodológico hemos empleado, por tanto, criterios cuantitativos de extracción asistida por ordenador y otros cualitativos, criterios formales, todo ello llevado en parte por la subjetividad de la investigadora, que podría crear un sesgo en los resultados, pero que forma parte inherente de toda investigación. Como señala Salazar (2011: 67) las decisiones intuitivas no son nada nuevo en este tipo de trabajos y cita ejemplos de estudios fraseológicos previos que han utilizado el juicio humano como apoyo metodológico para los procedimientos basados en el corpus (Altenberg y Eeg-Olofsson, 1990; Butler, 1997; De Cock, Granger, Leech, y McEnery, 1998), principalmente para determinar a qué elementos se debe dar prioridad y eliminar

los resultados que son "poco interesantes desde el punto de vista fraseológico" (Altenberg y Eeg-Olofsson, 1990: 7). Según Salazar un proceso de selección basado en la intuición es especialmente necesario en los estudios que tienen por objeto identificar paquetes léxicos para la enseñanza. Se trata, por tanto, de una decisión parcialmente subjetiva y metodológica, más que teórica.

6.2.3. Ordenación por importancia de los paquetes léxicos

Una vez hemos filtrado y tamizado los paquetes léxicos de nuestro corpus KoDeHo, hemos llevado a cabo una serie de cálculos estadísticos y matemáticos que nos permitan organizar el listado en función de su importancia y tipicidad en el mismo. En este sentido, hemos llevado a cabo una escalado multidimensional (*multidimensional scaling*). Es decir, con el objetivo de establecer ese orden de importancia, hemos considerado el cálculo de tres índices diferentes: el primero de ellos es el índice de la norma, el cual pone en relación el valor de la frecuencia y el número de documentos en los que aparece el paquete léxico. El segundo es el índice de Información Mutua o *Mutual Information Index* (MI), que calcula la atracción de las palabras que forman parte de cada engrama respecto a su aparición conjunta por azar en el mismo corpus. Y el tercer y último índice es el valor denominado *simple maths* que ofrece *Sketch Engine* al poner en relación las frecuencias normalizadas de un engrama en nuestro corpus específico KoDeHo y el corpus de referencia *German Web 2013 (TenTen13)*, del cual hemos tomado el subcorpus *Domain of states with official language German*. Los apartados siguientes explican el cálculo de dichos índices con más detalle.

6.2.3.1. Índice de la norma entre frecuencia y número de documentos en que aparece un paquete

La forma más usual de establecer un orden de importancia en los engramas es utilizar para la ordenación la frecuencia de aparición de estos engramas en el conjunto de documentos considerado. Sin embargo, este planteamiento obvia el hecho de que los engramas aparecen distribuidos de distinta forma entre los documentos. Es interesante considerar la importancia de que los engramas aparezcan frecuentemente en un número

suficiente de documentos, como lo demuestran otras investigaciones (Biber et al. 1999; Fuster-Márquez 2014; Fuster-Márquez y Pennock, 2015; Römer, 2010). De esta forma se descartan secuencias que pertenezcan a una misma autoría o escasos textos. Una forma de considerar simultáneamente la frecuencia de aparición de los engramas y el número de documentos en los que aparecen es considerar los engramas caracterizados por un vector de la forma:

$$V = (F, N)$$

Donde F es la frecuencia de aparición y N el número de documentos donde aparece el engrama. Dado que F y N , en general, alcanzan valores dentro de distintos rangos y con el fin de ponderar de la misma forma la frecuencia y el número de documentos es mejor utilizar los valores relativos de F y N definidos como:

$$f = \frac{F}{\max (F_i)}$$

$$n = \frac{N}{\max (N_i)}$$

Con lo que resulta un vector del tipo:

$$v = (f, n)$$

El orden se establece aplicando la norma euclidiana de cada vector como valor de ordenación y que se define como:

$$||v|| = (f^2 + n^2)^{1/2}$$

Cuanto mayor sea $||v||$ más importante será el engrama.

Al comparar los resultados de este índice con los de la frecuencia absoluta de aparición de cada engrama en el corpus de estudio, hemos observado que la ordenación de los engramas sufre pocas variaciones. Por este hecho, hemos decidido emplear para la selección posterior el índice de la frecuencia y descartar el de la norma, dado que este

añadía complejidad y no ofrecía ninguna ventaja adicional. Consideramos que una vez se ha descartado en el filtrado los engramas concentrados en determinados textos, pertenecientes a un hotel, cadena o grupo hotelero, solo tiene una relevancia secundaria la información sobre el número de documentos donde aparecen los mismos.

6.2.3.2. Índice de Información Mutua (MI)

Otra forma de ordenar los engramas es hacer uso del concepto de información mutua. Algunas investigaciones de paquetes léxicos en discurso especializado han tenido en cuenta este índice como criterio para filtrar los mismos (Salazar, 2011). En concreto, la Información Mutua Puntual (IMP) permite valorar la asociación estadística entre dos variables y se define como:

$$IMP = \log_2 \frac{p(x, y)}{p(x)p(y)}$$

La IMP compara la probabilidad de observar x e y juntos (la probabilidad conjunta) con las probabilidades de observar x e y independientemente, siendo x e y las palabras que forman parte de una colocación. Si hay una asociación genuina entre x e y , entonces la probabilidad conjunta $P(x, y)$ será mucho mayor que la probabilidad $p(x)p(y)$, y en consecuencia $IMP(x, y) \gg 0$. Si no hay una relación interesante entre x e y , entonces $p(x, y) \approx p(x)p(y)$, y por lo tanto, $IMP(x, y) \approx 0$. Si x e y están en distribución complementaria, entonces $p(x, y)$ será mucho menor que $p(x)p(y)$, forzando $IMP(x, y) \ll 0$ (Church, 1990).

La IMP está matemáticamente definida para comparar solo dos variables, existen dos métodos para extender esta definición a más variables (Van de Cruys, 2011) basados en la información de interacción y en la correlación total, algo necesario en el caso de los paquetes léxicos objeto de esta investigación, que oscilan entre tres y cinco palabras.

La información de interacción o coinformación se basa en la noción de información mutua condicional. La información mutua condicional es la información mutua de dos variables aleatorias condicionadas a una tercera. Se puede definir la información de interacción específica como:

$$SI_1 = \log_2 \frac{p(x,y)p(y,z)p(x,z)}{p(x)p(y)p(z)p(x,y,z)}$$

La correlación total o información múltiple cuantifica la cantidad de información que se comparte entre las diferentes variables aleatorias, y así expresa cómo se relaciona un grupo particular de variables aleatorias. De manera análoga a la definición información mutua puntual, se puede definir la correlación para instancias específicas de M variables aleatorias como:

$$SI_2(x_1, x_2, \dots, x_M) = \log_2 \frac{p(x_1, x_2, \dots, x_M)}{\prod_{i=1}^M p(x_i)}$$

En el caso de tres variables aleatorias ($M=3$) se expresa como:

$$SI_2 = \log_2 \frac{p(x_1, x_2, x_3)}{p(x_1)p(x_2)p(x_3)}$$

El segundo método (SI_2) en general ofrece mejores resultados que el primero, es una extensión directa de la IMP, es más sencillo de calcular y ha sido utilizado en el ámbito lingüístico para la extracción de colocaciones (Villada, 2005).

Este índice sí lo hemos empleado para la ordenación de paquetes posterior por dos motivos: tiene en cuenta la tendencia de las palabras a aparecer juntas y ofrece una ordenación relativamente diferente a la resultante a partir de la frecuencia y el índice denominado en la plataforma *Sketch Engine* como *simple maths*, que pone en relación nuestro corpus y el de alemán general tomado como corpus de referencia, el cual se explica en el siguiente apartado.

6.2.3.3. Índice *simple maths* en *Sketch Engine* que pone en relación un corpus específico y un corpus de referencia

Para conocer cuán especial es un engrama del corpus específico respecto a un corpus de referencia se comparan las frecuencias de aparición del engrama en uno y otro corpus. Este proceso se ha realizado utilizando la plataforma *Sketch Engine*. Para ello el programa

realiza, mediante la opción *K n-grams* en la herramienta *N-grams*, una puntuación de cada engrama definida como:

$$\text{Índice} = \frac{frel_{espec} + n}{frel_{ref} + n}$$

Siendo:

Índice	El factor de puntuación
$frel_{espec}$	La frecuencia relativa por millón del corpus específico
$frel_{ref}$	La frecuencia relativa por millón del corpus de referencia
n	Un factor de suavización que por defecto toma el valor 1

Tabla 13. Significado de elementos de la fórmula del índice *simple maths*

Este índice es prácticamente el cociente entre las frecuencias relativas por millón de ambos corpus con un factor de suavización. Cuanto mayor es la puntuación de un engrama, más característico es del corpus específico.

Dicho índice, junto al de la frecuencia absoluta de nuestro corpus y el índice IMP, se ha tenido en consideración para realizar una ordenación de los paquetes léxicos objeto de esta investigación por su interés pedagógico. La forma en que se ha operado con estos tres factores se detalla en el siguiente apartado.

6.2.3.4. Valor mixto: ordenación a partir de tres índices

Como se ha indicado es posible la ordenación de los engramas atendiendo a su importancia proporcionada por los parámetros establecidos. El hecho de que cada índice nos resalte como más importantes un tipo de paquetes nos ha llevado a pensar en la necesidad de combinar dichos índices para evitar el sesgo que conlleva calcularlos solo con parte de las variables que queremos considerar. En este sentido Simpson-Vlach & Ellis (2010) emplean la frecuencia y el MI como criterios para obtener un listado de paquetes léxicos con aplicaciones pedagógicas, con la finalidad de evitar descartar paquetes menos frecuentes pero relevantes.

En el apartado anterior, se ha descrito un método para comparar el corpus específico con un corpus de referencia. Como resultados de todo esto se dispone de una ordenación de los engramas utilizando estos cuatro criterios. Como se ha comentado más arriba, la ordenación por frecuencia y la ordenación por norma están muy correlacionadas, por razones obvias, dados los criterios establecidos previamente en el establecimiento de umbrales, mientras que el resto de ordenaciones muestra un comportamiento bastante distinto.

Con el objetivo de realizar una ordenación de los paquetes léxicos considerando el conjunto de criterios expuestos, a partir de los índices, se ha aplicado la siguiente fórmula. A cada engrama se ha asociado un vector representado por su orden aplicando los criterios de frecuencia absoluta, información mutua y puntuación en la comparación de los corpus de estudio y de referencia en la obtención de engramas clave:

$$vmix=(Ord_F, Ord_{MI}, Ord_{SCORE}).$$

Siendo:

vmix	El vector que considera las tres ordenaciones del engrama
Ord _F	El ordinal del engrama ordenado por frecuencia/distribución?
Ord _{MI}	El ordinal del engrama ordenado por Información Mutua
Ord _{SCORE}	El ordinal del engrama ordenado por la puntuación en la comparación entre corpus

Tabla 14. Significado de elementos de la fórmula del *valor mixto*

Como criterio de ordenación mixta se utiliza la norma euclídea del vector:

$$||vmix|| = (Ord_F^2 + Ord_{MI}^2 + Ord_{score}^2)^{1/2}$$

En consecuencia, obtenemos un valor que tiene en cuenta los tres órdenes y con ello, las variables tenidas en cuenta en la investigación de paquetes léxicos.

6.3. Clasificación estructural y funcional

6.3.1. Clasificación estructural

Con el objetivo de realizar una clasificación estructural de los paquetes seleccionados en el corpus KoDeHo hemos seguido dos propuestas diferentes. Fuster-Márquez realiza una primera división en tres tipos gramaticales, inspirada en trabajos anteriores sobre prosa académica (cf. Biber et al., 1999; Chen y Baker 2010). En primer lugar, hemos seguido esta clasificación que Fuster-Márquez (2014: 96) establece de los marcos frasales y correspondientes paquetes léxicos en páginas web hoteleras en inglés, ya que nos resulta de utilidad para nuestro estudio. Dicha clasificación de secuencias se establece en función del tipo de palabras que dominan en su estructura:

- basados en sintagma nominal con o sin fragmento posmodificador: *Preis por Person, ein individuelles Angebot, Entfernung vom Hotel, viel Liebe zum Detail*;
- basados en sintagmas preposicionales con o sin fragmento posmodificador: *in unmittelbarer Nähe, aus aller Welt, auf Ihren Besuch, zu einem unvergesslichen Erlebnis*;
- basados en sintagmas verbales, los cuales recogen todo paquete que contenga un verbo: *bieten wir Ihnen, bitte beachten Sie, wie zu Hause fühlen, alle Zimmer verfügen über*.

Esta clasificación la hemos adoptado para categorizar estructuralmente los paquetes léxicos en nuestro corpus KoDeHo.

6.3.2. Clasificación semántico-funcional

Una vez realizado el análisis estructural de los paquetes léxicos en nuestro corpus, nos queda llevar a cabo su agrupación semántico-funcional. Este aspecto es sumamente importante en cuanto a la posible utilidad posterior pedagógica y para la creación de páginas web de hotelería por autoría no nativa.

Biber et al. (2004: 384) establecen en sus trabajos sobre paquetes léxicos en el discurso académico, una clasificación funcional en tres tipos diferentes: secuencias de postura u opinión, secuencias organizadoras del discurso y secuencias referenciales (cf. Fuster-Márquez, 2014; Fuster-Márquez y Pennock, 2015). Los paquetes de postura u opinión expresan actitudes o evaluaciones que enmarcan alguna otra proposición y los organizadores del discurso reflejan las relaciones entre el discurso previo y el siguiente. Estos autores adoptan asimismo la subdivisión adoptada por Hyland (2008: 18) con respecto a los paquetes que expresan postura u opinión, la cual distingue entre aquellos que expresan juicios o evaluaciones sobre lo que dicen, y aquellos que se dirigen directamente a los lectores como parte del discurso. Por último, los paquetes léxicos referenciales se refieren a entidades físicas o abstractas, o al mismo contexto textual. Biber et al. (2004) realizan esta clasificación a partir del discurso académico, pero la hacen extensible a otros registros de carácter especializado. Del mismo modo, esta clasificación es empleada por Fuster-Márquez y Pennock (2015) para clasificar los marcos frasales en páginas web hoteleras en inglés, como discurso especializado.

Respecto a esta clasificación encontramos que existe un paralelismo con la establecida desde la fraseología alemana tradicional o taxonómica (Burger, 2015: 31 y ss.), la cual distingue entre unidades fraseológicas referenciales, estructurales y comunicativas. Las unidades fraseológicas referenciales se relacionan, según Burger (2005) con objetos, procesos y hechos de la realidad. Las unidades estructurales son aquellas cuya función reside en establecer relaciones sintácticas. Y, por último, las unidades fraseológicas comunicativas son caracterizadas como aquellas que cumplen determinadas funciones en el establecimiento, definición, consecución y finalización de actos comunicativos. En consecuencia, consideramos que las unidades comunicativas tendrían un paralelismo con los paquetes léxicos que Biber denomina como de postura u opinión, y las unidades estructurales en Burger corresponderían a los que Biber denomina como organizadores del discurso en este tipo de textos académicos especializados. Por último, los paquetes de tipo referencial coinciden en ambos autores.

Para nuestro análisis hemos optado por diferenciar entre dos grandes grupos de paquetes léxicos, a saber, referenciales y comunicativos, con una subclasificación que se describe en los apartados que siguen:

- Referenciales: se relacionan con objetos, procesos, hechos de la realidad, físicos o abstractos. En los textos objeto de estudio su función reside de modo frecuente en describir y dar cuenta de los productos y servicios del hotel: *für Personen mit eingeschränkter Mobilität, guten Start in den Tag, rund um die Uhr geöffnet*.
- Comunicativos: aquellos que cumplen funciones en el establecimiento, consecución y finalización de actos comunicativos, y que expresan una postura u opinión. En los textos de páginas web hoteleras son aquellos que interpelan al potencial cliente, con la forma de cortesía *Sie* u *Ihnen*, y aquellos que muestran la opinión o actitud del hotel, representada la mayoría de las veces por el pronombre *wir* o por valoraciones subjetivas de los servicios o características del hotel: *bei uns können Sie, besuchen Sie uns, bieten wir Ihnen*.

Con el objetivo de analizar los paquetes léxicos, de entre tres y cinco palabras de KoDeHo en su cotexto y determinar las funciones específicas que realizan, se ha empleado la herramienta de concordancia en la plataforma *Sketch Engine* (2021). Dicha herramienta ofrece el cotexto de la secuencia o paquete léxico seleccionado en cada uno de los textos donde se encuentra en el corpus. A dicho cotexto puede accederse desde el listado de paquetes ofrecidos por la herramienta de *N-grams*. Asimismo, la búsqueda específica de una combinación de palabras es posible con la herramienta de *concordancia* y seleccionando la búsqueda por *frase*. Por ejemplo, tras la búsqueda de *viel Liebe zum Detail* obtenemos el siguiente listado cuyo cotexto es ampliable al seleccionar cada una de las secuencias encontradas:

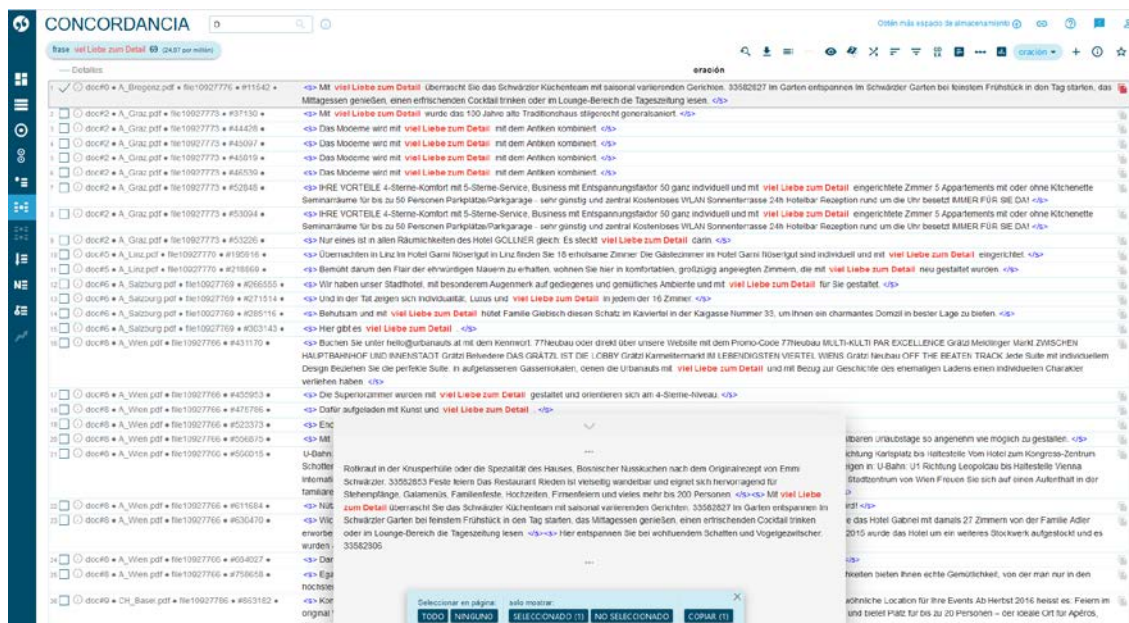


Figura 16. Captura de pantalla de la búsqueda *Liebe zum Detail* en *Sketch Engine*

Al igual que otros estudios sobre paquetes léxicos en discursos especializados, se ha observado el carácter multifuncional de algunos de ellos.

6.3.2.1. Función referencial

Como se ha dicho más arriba, hemos agrupado como referenciales aquellos paquetes que de forma general se relacionan con objetos, procesos, hechos de la realidad, físicos o abstractos. Fuster-Márquez y Pennock-Speck (2015) realizan la clasificación de paquetes léxicos y marcos frasales referenciales de páginas web hoteleras británicas y estadounidenses en inglés adaptada de la clasificación empleada en los estudios de paquetes léxicos (Biber et al., 2004; Biber y Barbieri, 2007: 270): localización/dirección, indicación del tiempo, indicación de calidad, indicación de aspectos sobre bienes y servicios, indicaciones de cantidad e indicaciones de finalidad y procedimiento.

La clasificación que hemos empleado finalmente coincide con la de estos autores, pero añade, por una parte, la expresión del modo o manera y, por otra parte, distingue paquetes léxicos que funcionan como descriptores del equipamiento y aquellos referentes a los servicios. Consideramos como diferenciados estos dos grupos por el hecho de que

los primeros expresan aspectos materiales y concretos del hotel y los segundos se refieren a aspectos de carácter normalmente inmaterial para los cuales se recurre a diferentes tipos de paquetes léxicos, que conviene distinguir desde el punto de vista semántico-funcional. Por consiguiente, las funciones referenciales que hemos distinguido en este estudio son los siguientes: expresión local, temporal, modal, final, referencia al equipamiento, referencia a los servicios e indicadores de calidad y cantidad.

6.3.2.2. *Función comunicativa*

La función comunicativa está ligada a la forma. En consecuencia, los pronombres desempeñan un papel importante en la función comunicativa que pone en relación al hotel personificado en su dirección o personal (*wir, unser-*) con el cliente potencial (*Sie, du, Ihr-, dein-*). Entre las exhortaciones al potencial cliente observamos: referidas a indicaciones para acceder al hotel, incitadoras a una visita y a reservar, ofrecer contacto directo, información, beneficios para el cliente si contrata los servicios del hotel. Paquetes léxicos con presencia de la forma de cortesía *Sie* con valor de sujeto: indicaciones de acceso, expresión de promesas, beneficio, referencia a modo de contacto, incitación a visitar o reservar. Paquetes léxicos con presencia del sujeto *wir*: referencia a servicios, dar consejo, expresar actitud. Paquetes léxicos con la forma *Sie* como objeto o posesivo *Ihr*: comunicación de informaciones o referencia a servicios. Y por último paquetes que expresan opinión y actitud y no están incluidos en los grupos anteriores.

6.4. Detección de marcos frasales subyacentes en paquetes léxicos seleccionados

Fuster-Márquez y Pennock (2015) recurren a dos métodos diferentes para encontrar marcos frasales en las páginas web hoteleras en inglés. Para ello se basan en anteriores investigaciones sobre discurso específico en lengua inglesa (Biber, 2009; Römer, 2010; Gray y Biber, 2013). El primer método parte de los paquetes léxicos más frecuentes y el segundo, totalmente inductivo, identifica directamente los marcos frasales en un corpus dado. Esto permitiría según el estudio de Gray y Biber (2013: 121) identificar marcos que son muy variables (cf. Fuster-Márquez y Pennock, 2015). En efecto, Fuster-Márquez y

Pennock constataron en su estudio la existencia de marcos frasales relevantes que, sin embargo, no albergaban ningún paquete léxico en su corpus específico.

En esta investigación hemos identificado, en primer lugar, los marcos fraeológicos de forma automática mediante la aplicación informática *KfNgram* y en segundo lugar, hemos cruzado los listados con los paquetes léxicos seleccionados en el apartado anterior. De este modo hemos analizado los marcos derivados de los paquetes léxicos seleccionados, como se explica en los siguientes apartados.

6.4.1. Extracción de marcos frasales

Con el objetivo de encontrar y analizar la variación en los marcos típicos de los textos en el corpus KoDeHo hemos empleado el programa informático *KfNgram* (Fletcher, 2019), el cual nos permite extraer directamente los mismos. En primer lugar, hemos extraído los marcos en función de su longitud, de esta forma, hemos obtenido listados diferenciados de aquellos que tienen tres, cuatro y cinco palabras.

6.4.2. Filtrado de marcos frasales

Una vez obtenidos los listados de marcos de forma independiente, los hemos filtrado empleando algunos de los criterios formales que empleamos para filtrar los paquetes léxicos. En este sentido hemos descartado aquellos que tuvieran casillas o *slots* externos, o albergaran nombres propios, marcos que suponen ruido de la web, siguiendo los parámetros establecidos para los paquetes léxicos, o los pertenecientes a dos oraciones diferenciadas. Asimismo, hemos adoptado criterios de filtrado de carácter cuantitativo, basados en la frecuencia absoluta y teniendo en cuenta su aparición en un mínimo de documentos diferentes, al igual que hemos hecho con los paquetes léxicos. Fuster-Márquez y Pennock (2015) señalan cómo la mayoría de los estudios de fraseología basados en corpus establecen umbrales de frecuencia mínimos para identificar marcos frasales. Del mismo modo, mientras reconocen la existencia de un cierto grado de arbitrariedad en cuanto a los mismos, estos autores consideran que una frecuencia de corte relativamente alta puede garantizar la calidad o interés de las secuencias obtenidas. En este sentido y considerando que el corpus de páginas web hoteleras es muy especializado

y homogéneo, Fuster-Márquez y Pennock emplean umbrales algo más conservadores que otros estudios como el de Gray y Biber (2013: 113), especialmente aumentando las restricciones relativas al número de documentos en que aparecen.

En el presente trabajo nos hemos guiado por los umbrales establecidos por Fuster-Márquez y Pennock (2015) los cuales establecen una frecuencia mínima para los marcos de cuatro palabras, de 40 palabras por millón y un mínimo de 15 documentos. Es cierto que nuestro corpus KoDeHo es mayor que el corpus COMETVAL de páginas web hoteleras de inglés británico y americano, lo que correspondería en proporción a emplear umbrales más pequeños en nuestro caso. Sin embargo hemos establecido un umbral semejante para los de tres, cuatro y cinco palabras, a saber, de 50, 40 y 30 respectivamente. De esta manera hemos obtenido un total de 411 marcos de tres palabras, 91 de cuatro palabras y once de cinco palabras. Dicho volumen de casos nos ha parecido apropiado y manejable para su estudio en el presente trabajo.

6.4.2.1. Asociación de marcos frasales y paquetes léxicos

Una vez filtrados los marcos hemos cruzado según el procedimiento señalado en el apartado anterior, dichos listados de tres, cuatro y cinco palabras de forma independiente, con los listados de paquetes léxicos. En primer lugar, los hemos puesto en relación con los listados de paquetes ya filtrados, de manera que fuera visible el número de marcos que tienen correspondencia de paquetes en KoDeHo. Esto nos ha llevado a poder observar la variabilidad de los marcos sin tener en cuenta la frecuencia de cada variación, sino teniendo en cuenta solo la frecuencia del marco.

La selección de los engramas asociados a un marco frasal se realiza mediante técnicas algebraicas por ser más sencillas, rápidas y eficientes que recurrir directamente a cadenas de caracteres. Para ello se realiza el proceso mostrado en la Figura 17.

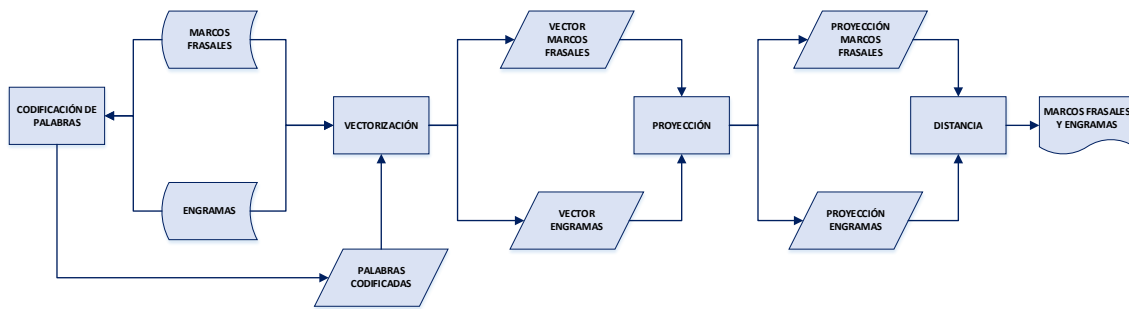


Figura 17. Proceso de asociación de engramas a marcos frasales

Se parte de los datos con los marcos frasales y los datos con los engramas. De estos datos se extraen todas las palabras y se asocia biunívocamente a cada una de las palabras un código numérico. Este código numérico permite representar los marcos y los engramas como vectores. Cada marco y cada engrama estará representado por un vector. La dimensión del vector será el número de palabras del marco frasal o del engrama. Para determinar si un engrama está asociado a un marco se compara el vector que representa el engrama con el vector que representa el marco, pero prescindiendo de la dimensión correspondiente a la casilla vacía o *slot* del marco. Para ello se proyectan los vectores del engrama y del marco en un hiperplano. Este hiperplano se genera al suprimir la dimensión asociada al hueco en el espacio vectorial. La comparación de los vectores reducidos en una dimensión se realiza mediante el cálculo de la distancia euclídea que, si es cero, significa que marco y engrama están asociados.

A continuación se muestra un ejemplo con el marco frasal “*im * der Stadt*” donde el asterisco indica el hueco (codificado como 148). En la Tabla 15 se muestra el marco y dos de los engramas que se han encontrado asociados a este marco. Se indica el vector que los representa y el vector proyectado que como se puede observar coincide y por tanto la distancia es cero.

Marco/engrama	Vector original	Vector proyectado
im * der Stadt	[6 148 7 8]	[6 7 8]
im Zentrum der Stadt	[6 16 7 8]	[6 7 8]
im Herzen der Stadt	[6 27 7 8]	[6 7 8]

Tabla 15. Ejemplo de procedimiento de asociación de marcos frasales y paquetes

6.4.2.2. Análisis de palabras fijas y variables de los marcos frasales

En el análisis de los marcos frasales hemos establecido, en primer lugar, dos grupos, aquellos formados por palabras funcionales, como preposiciones, conjunciones, determinantes, etc., y aquellos en los que al menos está presente una palabra léxica. Esta clasificación la hemos tomado de la que Fuster-Márquez y Pennock (2015) realizan en un principio respecto a los marcos encontrados en páginas web hoteleras en inglés. En su estudio detectan un porcentaje mayor de marcos compuestos por palabras funcionales (*in * of our, at the * we*) frente a aquellos que contienen al menos una palabra léxica (*at the * hotel, the perfect * to*). Por otra parte, hemos cuantificado el tipo de palabras que rellenan las casillas según categorías gramaticales. Esto nos llevará a establecer el carácter de algunos elementos fijos y variables de la formulaicidad.

6.5. Comparación entre subcorpus

Una vez hemos identificado los paquetes léxicos característicos de las páginas web hoteleras en alemán, y hemos observado constantes estructurales y semántico-funcionales en los mismos, hemos querido poner en contraste su empleo en los tres subcorpus de carácter diatópico. Para ello nos hemos servido de los listados de paquetes léxicos de entre tres y cinco palabras una vez ya filtrados y hemos calculado las frecuencias relativas y el índice MI de cada uno de ellos en cada uno de los subcorpus, a saber, el de páginas web hoteleras de Alemania, Austria y Suiza.

PARTE III: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

7. EXTRACCIÓN Y ANÁLISIS DE PAQUETES LÉXICOS

7.1. Extracción automática de engramas	131
7.2. Filtrado de engramas	131
7.3. Clasificación de los paquetes léxicos	138
7.4. Selección de un listado de paquetes léxicos característicos de las páginas web hoteleras en lengua alemana	197

En este apartado mostramos el proceso de extracción y filtrado de un listado de paquetes léxicos característicos de los textos promocionales de las páginas web hoteleras en alemán, siguiendo el procedimiento detallado en el apartado anterior. A continuación llevamos a cabo el análisis y clasificación de los mismos desde el punto de vista estructural y semántico-funcional. Por último, elaboramos un listado de los paquetes léxicos que consideramos más prototípicos de estos textos y sus variaciones.

7.1. Extracción automática de engramas

En primer lugar, hemos generado un listado de frecuencias absolutas de engramas de entre tres y cinco palabras de forma independiente. Como se ha especificado anteriormente, la plataforma *Sketch Engine* (2021) nos ha permitido incorporar nuestro corpus de textos de páginas web en alemán KoDeHo, para posteriormene realizar la extracción de engramas en una ordenación por frecuencia de los mismos. Los engramas de tres palabras recogen un total de 57.146 palabras, los de cuatro palabras 33.348 palabras y los de cinco 21.251. Dado que nuestro corpus tiene un total de 2.334.787 palabras, esta fraseología supondría en torno al 4,8 % del corpus total.

El apartado siguiente explica los criterios para el filtrado de los engramas obtenidos con el objetivo de identificar los paquetes léxicos característicos de estos textos en el sentido de la definición de Biber et al. (1999).

7.2. Filtrado de engramas

Tras la obtención de los listados de engramas de tres, cuatro y cinco palabras, hemos procedido a filtrar los datos a partir de una serie de criterios que podemos agrupar en dos grupos: criterios cuantitativos y criterios cualitativos (§6.2). Los tres siguientes apartados se ocupan de este proceso de selección y ordenación de los listados de paquetes léxicos característicos en KoDeHo.

7.2.1. Criterios cuantitativos para el filtrado semiautomático de engramas

Teniendo en cuenta los umbrales de trabajos previos (§6.2.1.) y observando los datos que nos ofrece nuestro corpus, hemos considerado establecer un umbral inicial relativamente bajo, dado que queremos evitar que posibles variaciones de algunos paquetes se queden sin detectar. Los umbrales de aparición en un mínimo de documentos sirven para descartar aquellos engramas que tienen alta frecuencia, pero están concentrados en uno o pocos textos que pertenezcan a un mismo hotel o a una cadena o consorcio de hoteles. Este paso se ha realizado manualmente tras observar el cotexto de dichos engramas en el programa de concordancias.

7.2.2. Criterios cualitativos para el filtrado manual de engramas

Una vez obtenido un número de engramas relativamente manejable de tres, cuatro y cinco palabras, filtrados de forma semiautomática por criterios de frecuencia y aparición en diferentes documentos, hemos aplicado otros criterios de carácter subjetivo anteriormente explicados (§6.) con el fin de filtrar los listados y obtener paquetes léxicos característicos de estos textos que puedan sernos de utilidad.

Los paquetes léxicos *mit den öffentlichen Verkehrsmittel* o *in der Nähe des Hotel* los hemos considerado finalmente como errores tipográficos por su baja frecuencia: *mit den öffentlichen Verkehrsmitteln* aparece en KoDeHo 173 veces en 131 documentos diferentes, frente a *mit den öffentlichen Verkehrsmittel* que lo hemos documentado 7 ocasiones distribuidos en 7 documentos. En el caso de *in der Nähe des Hotel* aparece en 4 ocasiones en 4 documentos, frente a la fórmula normativa (Leibniz-Institut für Deutsche Sprache-IDS, n.d.) *in der Nähe des Hotels* presente 28 veces en 25 hoteles diferentes⁸.

Asimismo, se han descartado aquellos solapamientos de paquetes de menor tamaño que eran parte de uno más extenso como *in den Tag* frente a *einen guten Start in den Tag* o *in den Tag starten*, teniendo en cuenta las frecuencias de dichas secuencias.

⁸ Pese a no ser este el caso, Zimmer (2018) sostiene que la *-s* flexiva del sustantivo no aparece cuando el lexema pudiera no ser fácilmente reconocido. Su ausencia quedaría constatada en sustantivos considerados en la periferia del sistema de la lengua alemana, como son las abreviaturas y los extranjerismos.

Del mismo modo *wir freuen uns*, frente a *wir freuen uns auf* o *wir freuen uns über*, y *rund um die* y *um die Uhr*, frente a *rund um die Uhr*.

Por otra parte hemos excluido aquellos paquetes terminados en determinante, puesto que en alemán se declinan estos y, en contraste con el inglés, no sería indicación de un posterior sustantivo, sino que sería una información sesgada por el género de este. Este es el caso de *mit Blick auf die*, o *mit Blick auf den*, frente a *mit Blick auf*. Por tanto, al artículo *the* inglés, corresponde en alemán un paradigma complejo con variables de género, número y caso, posible causa de mayor dificultad en la identificación de paquetes léxicos.

Asimismo se han descartado secuencias que integraban denominaciones de productos en aposición o nombres propios, ya fueran de ciudades o de hoteles. Este es el caso de *Dusche WC Fön*, *der Salzburger Altstadt* o *Frankfurt am Main*.

Las abreviaturas se han descartado igualmente como es el caso de días de la semana *di mi do* o *wie z b* entre otras.

Por último, no se han seleccionado series de palabras funcionales que obedecen normalmente a fragmentos de otros paquetes, como puede ser una preposición o un prefijo separable. Esto sucede con los paquetes más pequeños y es el caso por ejemplo de *Sie bei uns*, *Sie in unserem* o *Sie uns an*.

La Tabla 16 muestra los criterios adoptados, basados parcialmente en Salazar (2011) y Biber et al. (2004), junto a ejemplos descartados en KoDeHo.

Criterio	Ejemplos de paquetes descartados
Fragmentos de otros paquetes-solapamientos	<i>wir freuen uns, freuen uns auf, um die uhr, rund um die, in den Tag, anfrage und nach verfügbarkeit, auf anfrage und nach, mit blick auf die, befindet sich auf der, per e-mail an, ihre reisedaten von bis, reisedaten von bis für, sie sich bitte an, wir freuen uns auf ihren, freuen uns auf ihren besuch,</i>
Paquetes acabados en determinante	<i>blick auf die, blick auf den, im herzen der, anreise mit dem, start in den, sie in der, mitten in der, genießen sie die, entdecken sie die, freuen uns auf ihre, in der nähe des, mit blick auf den, mit blick auf die, in unmittelbarer nähe des,</i>

	<i>der suche nach einem, befindet sich in der, in allen bereichen des, guten start in den, fahren sie mit der, der suche nach einem, befindet sich in der, in allen bereichen des, guten start in den, fahren sie mit der, auf der suche nach einem, bitte beachten sie dass die, einen guten start in den, hotel befindet sich auf der, wir freuen uns auf ihre</i>
Paquetes terminológicos - Ciudades	<i>flat screen tv, in berlin mitte, dusche wc fön, w-lan internet kostenlos</i>
Paquetes carentes de significado	<i>nächte wlan kostenfrei im, sie ihren aufenthalt in</i>
Ruido	<i>telefon telefax e-mail, mindestaufenthalt nächte wlan kostenfrei im, nächte wlan kostenfrei im gesamten, ihre reisedaten von bis für, reisedaten von bis für nacht, von bis für nacht mit, telefon telefax e mail info, tel fax e mail info, uhr check out bis uhr,</i>
Abreviaturas	<i>bis in km, m m m, wie z b, di mi do, do fr sa, out bis h, m x m, m höhe m, di mi do fr sa, mi do fr sa so, mo di mi do fr, check-in ab h check, in ab h check-out, ab h check out bis, h check-out bis h</i>
Series de palabras funcionales	<i>sie bei uns, sie sich auf, sie in unserem, wir für sie, sie uns an, sie sich in, uns auf sie, uns auf ihren, bis hin zu, sich in der, sie an der, sie mit dem, in einem der, sie sich bei, uns auf ihre, sie mit der, bei uns im</i>

Tabla 16. Criterios cualitativos para el filtrado manual de paquetes con ejemplos

En consecuencia, tras la aplicación tanto de los criterios cuantitativos como de los criterios cualitativos llevados a cabo de modo manual, se redujo el listado de paquetes léxicos a estudiar. A partir de un listado original ordenado de paquetes léxicos de tres palabras, este se redujo de 1.098 a 230, los de cuatro palabras de 1.094 a 174 y los de cinco palabras de 1.178 a 70. Estos son, por tanto, el número de paquetes léxicos seleccionados como objeto de estudio del presente trabajo (Tabla 17), y en los que se ha basado el análisis cualitativo que mostramos en los siguientes apartados.

Tamaño de paquete léxico	Total	Seleccionados
de 3 palabras	1.098	230
de 4 palabras	1.094	174
de 5 palabras	1.178	70

Tabla 17. Número de paquetes seleccionados en función del tamaño

7.2.3. Ordenación de los listados en función del *valor mixto*

Simpson-Vlach & Ellis (2010) combinan la frecuencia y el MI con la finalidad de obtener una métrica más fiable que ofrezca una lista de secuencias con fines pedagógicos. Para establecer ese orden de importancia en nuestro listado se ha realizado el procedimiento señalado y calculado el *valor mixto* (§6), que tiene en cuenta la frecuencia de cada paquete léxico, el índice de Información Mutua (MI) y el índice denominado *simple maths* en *Sketch Engine*, el cual se obtiene poniendo en relación un corpus específico, en nuestro caso KoDeHo, y un corpus de referencia, en nuestro caso el *German Web 2013 (deTenTen13)* (Sketch Engine, 2021), a fin de obtener agrupamientos clave (*Key ngrams*), un cálculo similar al ofrecido para la obtención de palabras clave (*Keywords*). Por tanto, una vez hemos tamizado los paquetes léxicos por criterios de idoneidad para el presente estudio, hemos calculado dichos índices los cuales nos han permitido organizar el listado en función de su importancia y tipicidad en nuestro estudio.

Los anexos 2, 3 y 4 ofrecen los listados finales de paquetes léxicos de tres, cuatro y cinco palabras respectivamente, ordenados según el *valor mixto* y donde se muestran además los diferentes índices tenidos en cuenta, a saber, la frecuencia absoluta, *simple maths* y MI de cada paquete léxico, además de la frecuencia normalizada. A modo de ejemplo, si observamos los 50 primeros paquetes de cuatro palabras que establecen los diferentes cálculos observados (Tabla 18), llama la atención que el índice *simple maths*, el cual pone en relación el corpus de KoDeHo con el corpus de referencia, prioriza en gran medida paquetes que incluyen palabras específicas referidas a la oferta de habitaciones y su equipamiento (18 paquetes léxicos frente a diez en el orden según la norma y dos en el orden del MI) frente a los órdenes por la frecuencia y el MI: *im Zimmer der Eltern, alle Zimmer verfügen über, mit Dusche und WC o pro Zimmer und Nacht*. Sin embargo, la ordenación según el índice MI recoge en los primeros puestos paquetes léxicos con mayor fijación (9 frente a 3 en orden de frecuencia y 2 en el orden *simple maths*): *viel Liebe zum Detail, was das Herz begehrt, die Seele baumeln lassen, immer eine Reise wert, nach Lust und Laune o mit Rat und Tat*. En la ordenación por frecuencia

se aprecia la existencia por una parte de algunos paquetes específicos de servicios del hotel, pero también otras de carácter más comunicativo y de cierta fijación por su recurrencia: *Wir freuen uns auf, rund um die Uhr, Start in den Tag, auf der Suche nach o im Herzen der Stadt.*

	Orden frecuencia	Orden MI	Orden simple maths	Valor mixto
1	<i>nichts mehr im Wege</i>	<i>in der Altstadt von</i>	<i>handelt es sich um</i>	<i>viel Liebe zum Detail</i>
2	<i>WLAN im ganzen Haus</i>	<i>in der Nähe von</i>	<i>bei uns können Sie</i>	<i>zu einem unvergesslichen Erlebnis</i>
3	<i>mit einer großen Auswahl</i>	<i>erreichen Sie das Hotel</i>	<i>herzlich Willkommen im Hotel</i>	<i>Doppelbett oder zwei Einzelbetten</i>
4	<i>lassen Sie sich verzaubern</i>	<i>in der Zeit von</i>	<i>weitere Informationen erhalten Sie</i>	<i>Leistungen und praktische Informationen</i>
5	<i>in der Innenstadt von</i>	<i>in der Innenstadt von</i>	<i>auf der Suche nach</i>	<i>wie zu Hause fühlen</i>
6	<i>seien Sie unser Gast</i>	<i>Sie und Ihre Gäste</i>	<i>wir freuen uns darauf</i>	<i>Start in den Tag</i>
7	<i>von seiner schönsten Seite</i>	<i>buchen Sie Ihr Hotel</i>	<i>auf der linken Straßenseite</i>	<i>mit Rat und Tat</i>
8	<i>jedes Zimmer verfügt über</i>	<i>bei uns im Hotel</i>	<i>in den letzten Jahren</i>	<i>Anreise mit dem Flugzeug</i>
9	<i>auch innerhalb der Familie</i>	<i>Informationen finden Sie in</i>	<i>mitten in der Stadt</i>	<i>der ideale Ausgangspunkt für</i>
10	<i>wenige Gehminuten vom Hotel</i>	<i>pro Nacht und Zimmer</i>	<i>direkt vor dem Hotel</i>	<i>lässt keine Wünsche offen</i>
11	<i>wir würden uns freuen</i>	<i>bei uns können Sie</i>	<i>der perfekte Ort für</i>	<i>nach Wahl des Küchenchefs</i>
12	<i>in nur wenigen Gehminuten</i>	<i>buchen Sie Ihr Zimmer</i>	<i>mit den öffentlichen Verkehrsmittel</i>	<i>rufen Sie uns an</i>
13	<i>Ihre Nutzung der Website</i>	<i>mit Dusche und Badewanne</i>	<i>ganz nach Ihren Wünschen</i>	<i>Wir freuen uns auf</i>
14	<i>eine Auszeit vom Alltag</i>	<i>verwöhnen wir Sie mit</i>	<i>nur wenige Gehminuten entfernt</i>	<i>gerne beraten wir Sie</i>
15	<i>immer für Sie da</i>	<i>Aufenthalt in unserem Hotel</i>	<i>die Seele baumeln lassen</i>	<i>alle Zimmer verfügen über</i>
16	<i>weitere Informationen erhalten Sie</i>	<i>die Zimmer verfügen über</i>	<i>auf der rechten Seite</i>	<i>alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer</i>
17	<i>buchen Sie Ihr Hotel</i>	<i>mit Dusche und WC</i>	<i>Anreise mit dem Auto</i>	<i>für einen angenehmen Aufenthalt</i>
18	<i>die Produkte unseres Partners</i>	<i>pro Zimmer und Nacht</i>	<i>durch die zentrale Lage</i>	<i>für einen längeren Aufenthalt</i>
19	<i>ein idealer Ausgangspunkt für</i>	<i>im Zentrum der Stadt</i>	<i>reichhaltiges Frühstück vom Buffet</i>	<i>Blick über die Dächer</i>
20	<i>erforderlich und nicht erstattbar</i>	<i>Zimmer sind ausgestattet mit</i>	<i>nur ein paar Schritte</i>	<i>im Bett der Eltern</i>

	Orden frecuencia	Orden MI	Orden simple maths	Valor mixto
21	bei der Buchung erforderlich	bei uns im Haus	eine Auszeit vom Alltag	den perfekten Rahmen für
22	mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet	Blick auf die Stadt	von Montag bis Freitag	das ganze Jahr über
23	unsere Tagungen und Veranstaltungen	ein Bad mit Dusche	nichts mehr im Weg	mit dem Auto anreisen
24	mit Liebe zum Detail	freuen Sie sich auf	bei uns im Hotel	zu Fuß zu erreichen
25	erreichen Sie zu Fuß	die Ausstattung unserer Zimmer	rund um das Hotel	ausgestattet mit einem Doppelbett
26	auf der linken Straßenseite	Anreise mit der Bahn	pro Person im Doppelzimmer	mit Dusche oder Badewanne
27	durch die zentrale Lage	so finden Sie uns	in nur wenigen Minuten	wir freuen uns über
28	mit Dusche und Badewanne	hier finden Sie uns	für die ganze Familie	was das Herz begehrt
29	der perfekte Ort für	auf Anfrage und Verfügbarkeit	mit Liebe zum Detail	aus der ganzen Welt
30	das sagen unsere Gäste	mitten in der Altstadt	buchen Sie Ihr Zimmer	unser Haus verfügt über
31	gerne helfen wir Ihnen	mitten in der Stadt	mit einer Größe von	immer eine Reise wert
32	gerne servieren wir Ihnen	ganz in der Nähe	lassen Sie sich verwöhnen	im Zimmer der Eltern
33	nach einem ereignisreichen Tag	das Hotel verfügt über	nach einem langen Tag	für jeden Geschmack etwas
34	nur ein paar Schritte	immer für Sie da	nur wenige Schritte vom	Gäste aus aller Welt
35	ein Bad mit Dusche	Blick über die Stadt	im Herzen der Stadt	Anfahrt mit dem Auto
36	gegen eine Gebühr von	Sie haben die Wahl	mit einem reichhaltigen Frühstück	auf der linken Seite
37	runden das Angebot ab	rund um das Hotel	direkt vor der Tür	einen angenehmen Aufenthalt in
38	wir kümmern uns um	mit Bad oder Dusche	mit den öffentlichen Verkehrsmitteln	wir beraten Sie gerne
39	nach einem langen Tag	wir freuen uns auf	in der Nähe von	unsere Restaurants und Bars
40	nach einem anstrengenden Tag	tauchen Sie ein in	genau das Richtige für	pro Person und Tag
41	in den öffentlichen Bereichen	mit einer Größe von	nach einem erlebnisreichen Tag	pro Person und Nacht
42	nur wenige Gehminuten entfernt	pro Person und Tag	in nur wenigen Gehminuten	WLAN im gesamten Hotel
43	Informationen finden Sie in	im Herzen der Stadt	nach einem ereignisreichen Tag	ein individuelles Angebot für
44	auf der rechten Straßenseite	erfahren Sie mehr über	wir beraten Sie gern	Schreibtisch in allen Zimmern
45	wir bieten unseren Gästen	pro Person und Nacht	ganz in der Nähe	wir beraten Sie gern

	Orden frecuencia	Orden MI	Orden <i>simple maths</i>	Valor mixto
46	<i>für Groß und Klein</i>	<i>im Zimmer der Eltern</i>	<i>lassen Sie sich verzaubern</i>	<i>nach Lust und Laune</i>
47	<i>nach einem erlebnisreichen Tag</i>	<i>so erreichen Sie uns</i>	<i>über den Dächern von</i>	<i>rund um die Uhr</i>
48	<i>in der Nähe von</i>	<i>mit Badewanne oder Dusche</i>	<i>buchen Sie Ihr Hotel</i>	<i>mit Badewanne oder Dusche</i>
49	<i>in nur wenigen Minuten</i>	<i>erreichen Sie zu Fuß</i>	<i>genießen Sie Ihren Aufenthalt</i>	<i>Sie haben die Wahl</i>
50	<i>für jeden etwas dabei</i>	<i>Informationen finden Sie hier</i>	<i>nichts mehr im Wege</i>	<i>Ihren Aufenthalt bei uns</i>

Tabla 18. Listado de los 50 primeros paquetes léxicos de cuatro palabras según los índices de la frecuencia absoluta, el IMP, el *simple math* y *valor mixto*

El hecho, aquí ejemplificado, de que cada índice resalte como más importantes un tipo de paquetes nos ha llevado a combinar dichos índices en el *valor mixto* (§6.2.3.4.), para de esta forma, evitar el sesgo que conlleva el calcularlos solo con parte de las variables que queremos considerar.

7.3. Clasificación de los paquetes léxicos

Una vez ordenado por relevancia un conjunto manejable de paquetes objeto de estudio (467) para las dimensiones de la presente investigación, hemos realizado un análisis y clasificación de los mismos desde el punto de vista estructural y semántico-funcional. Entre los paquetes léxicos seleccionados no todos son igual de transparentes semánticamente, por ello, para su clasificación se ha consultado el cotexto con la herramienta de concordancia de la plataforma *Sketch Engine* (2021).

7.3.1. Clasificación estructural de los paquetes léxicos

En cuanto a la clasificación estructural de los paquetes seleccionados, hemos observado que, al igual que en los estudios de esta clase de secuencias en inglés, se trata de unidades gramaticalmente incompletas, tanto a nivel sintagmático (*mit Blick auf*) como oracional (*Hier finden Sie*). El carácter incompleto de los paquetes léxicos ha sido puesto de manifiesto en el estudio de Biber et al. (2004) en textos académicos en inglés, y Fuster-

Márquez (2014) lo ha constatado asimismo en las páginas web hoteleras británicas y estadounidenses. El 10 % de los paquetes de cuatro palabras son estructuras oracionales completas en KoDeHo con un total de 17 de los 170 paquetes, tales como *Rufen Sie uns an*, *Gerne beraten wir Sie* o *Anreise mit dem Flugzeug*. Esta cifra queda en un término medio entre el porcentaje del 22,1 % de paquetes considerados como completos en el estudio de Fuster-Márquez (2014) y el del 5 % que alcanzan estas unidades en estudios de prosa académica de Biber et al. (2004).

Con el objetivo de correlacionar los paquetes léxicos encontrados con categorías gramaticales (Biber et al., 1999) y poder tener un punto de referencia estructural para poder comparar con otros estudios en registros especializados, hemos agrupado los mismos según reconociéramos una estructura dominante nominal, verbal o preposicional. Esta clasificación (§6.) es empleada por Fuster-Márquez (2014: 96) en su análisis de marcos frasales y sus correspondientes paquetes léxicos en páginas web hoteleras en inglés. Dicha clasificación de secuencias se establece en función del tipo de palabras que dominan en su estructura: basados en sintagma nominal, basados en sintagmas preposicionales y basados en sintagmas verbales. Sin embargo, hay que señalar que se han contemplado las peculiaridades del alemán, como es la posibilidad de un sintagma preposicional con la preposición pospuesta, como por ejemplo *das ganze Jahr über*.

La Figura 18 muestra los porcentajes en nuestro corpus de las tres categorías en contraste con los resultados obtenidos en el estudio de Fuster-Márquez (2014) sobre las páginas web de hotelería británicas y estadounidenses. En ella observamos las estructuras verbales (31 %) y nominales (26 %) relativamente compensadas en nuestro corpus, frente a las preposicionales (43 %), que son dominantes. Este resultado contrasta con los porcentajes del estudio de Fuster-Márquez (2014) cuyos sintagmas verbales (48 %) predominan frente a los sintagmas preposicionales (22 %) y nominales (20 %). Los resultados en nuestro corpus difieren igualmente de modo parcial de los referentes a la prosa académica de Biber et al. (1999), donde prevalecen los sintagmas nominales y preposicionales.

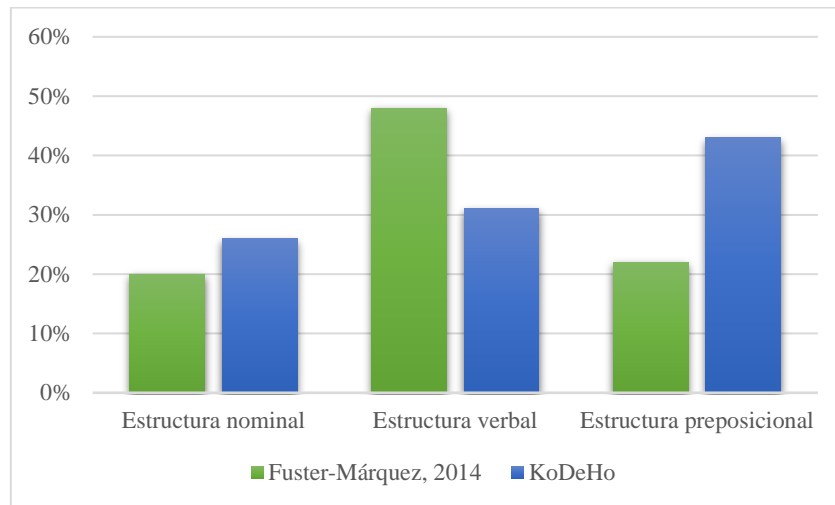


Figura 18. Clasificación estructural básica de paquetes léxicos de cuatro palabras en Fuster-Márquez (2014) y KoDeHo

Si observamos en su conjunto, los paquetes léxicos de tres a cinco palabras objeto de este estudio, observamos que igualmente los paquetes léxicos basados en sintagmas preposicionales son la mayoría, aunque algo más compensados en proporción con los basados en sintagmas verbales. La Figura 19 muestra los totales de paquetes según longitud. Como se puede observar, hay diferencias sustanciales en cuanto a la estructura en función de la longitud del paquete. Las estructuras de tres palabras son fundamentalmente preposicionales y nominales y su proporción va disminuyendo a favor de estructuras verbales en paquetes de mayor tamaño. De manera que predominan las estructuras verbales en los paquetes de cinco elementos. Las estructuras nominales son minoría tanto en los paquetes de cuatro como de cinco palabras.

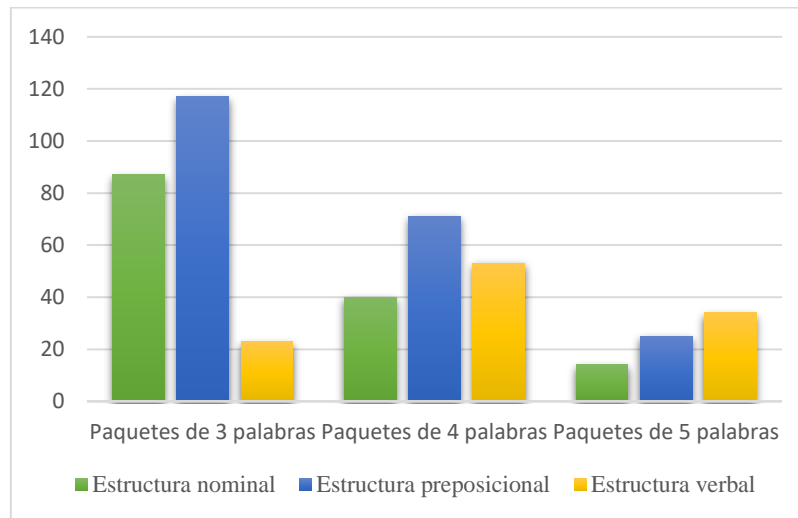


Figura 19. Clasificación estructural de paquetes léxicos en KoDeHo

En la Figura 20 se representan los porcentajes de las estructuras básicas de los paquetes objeto de estudio en KoDeHo. La mayoría de ellos tienen una estructura preposicional en su conjunto (46 %), seguido de las estructuras nominales (30 %) y en menor porcentaje quedan las verbales (24 %), que representan casi un cuarto del total.

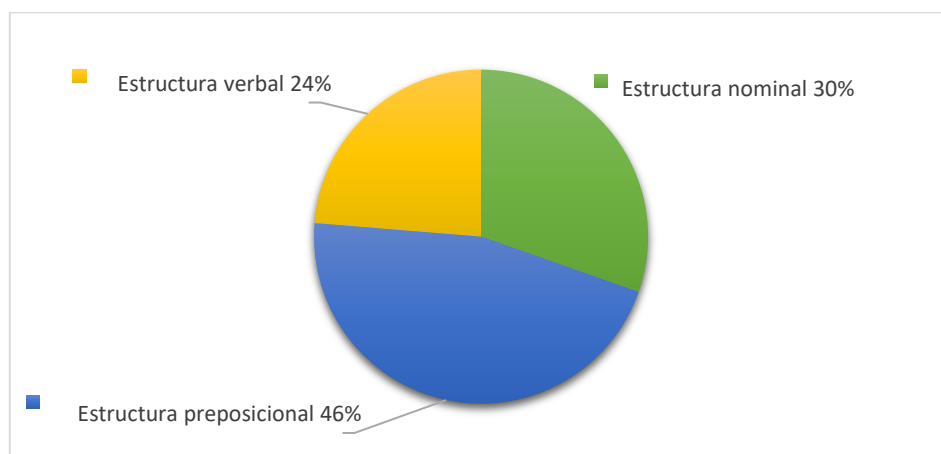


Figura 20. Estructuras básicas de paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo

A modo de conclusión observamos diferencias estructurales en función de la longitud del paquete; cuanto más corto la tendencia es a tratarse de una estructura preposicional, seguida de una verbal, dado que, en cuanto se expande el paquete, este tiende a contener algún verbo. Las estructuras más largas, las de cinco palabras, son consecuentemente en su mayoría verbales. Los resultados obtenidos de los paquetes de cuatro palabras han sido comparados con los llevados a cabo por Fuster-Márquez (2014) sobre páginas web hoteleras en inglés. Estos coinciden en constatar las estructuras nominales como las menos habituales, con un 20 % en inglés frente a un 26 % en alemán. En cambio, las estructuras verbales (48 %) predominan frente a las preposicionales (43 %) en inglés, mientras que en alemán observamos un predominio de las preposicionales (43 %) por encima de las verbales (31 %).

A partir de esta primera clasificación, hemos realizado una subdivisión de cada una de las tres categorías (estructura nominal, verbal y preposicional), identificando los componentes que integran dichas estructuras. Para las subclasificaciones de los paquetes nominales y preposicionales hemos definido la estructura a partir de los siguientes componentes que se recogen en la Tabla 19.

SN	sintagma nominal formado por sustantivo, precedido o no por un determinante o por un adjetivo
P	preposición
CONJ	conjunción
MOD	modificador, ya sea adjetivo con carácter adverbial o adverbio, en posición inicial
ADV	adverbio en posposición
ADJ	adjetivo en posposición

Tabla 19. Componentes de las estructuras de los paquetes nominales y preposicionales

La combinación de estos componentes ha dado lugar a estructuras que en algunos casos son recurrentes, pero en otros no. Es importante señalar asimismo que, aunque encontramos algunas estructuras comunes entre los paquetes de tres a cinco palabras,

precisamente la longitud de los mismos determina el número de componentes y, por tanto, la estructura en sí. En los siguientes apartados se cuantifican y ejemplifican las estructuras más recurrentes de cada grupo y se clasifican los paquetes seleccionados objeto de este estudio.

7.3.1.1. Estructuras nominales

En este apartado mostramos las estructuras nominales observadas en función de la longitud de los paquetes. Observamos que la estructura de sintagma nominal y sintagma preposicional como *Aufenthalt im Hotel, viel Liebe zum Detail, guten Start in den Tag*, es común para los paquetes de tres a cinco palabras y además es la más frecuente (39 %). Los paquetes de tres y cuatro palabras comparten además otras estructuras como la de sintagma nominal y preposición como *das Richtige für, die Nähe zu, der ideale Ausgangspunkt für, den perfekten Rahmen für*, la de dos sintagmas nominales unidos por una conjunción como *Bad oder Dusche, Bademantel und Slipper, unsere Restaurants und Bars, unsere Tagungen und Veranstaltungen*, o dos sintagmas nominales juntos, en el que el segundo es un complemento en genitivo como *Ausstattung der Zimmer, Lage des Hotels, die Produkte unseres Partners, Ihre Nutzung der Website*. En ambos grupos observamos la presencia de un sintagma nominal precedido de un modificador como *genau das Richtige, nur wenige Gehminuten*, que en el caso de los paquetes de cuatro palabras se completa con un adjetivo en posposición *immer eine Reise wert, nur wenige Gehminuten entfernt*. Es importante destacar que en los paquetes de cinco palabras más recurrentes no encontramos modificadores, solo en ejemplos residuales como *genau das Richtige für Sie*. Únicamente la estructura básica y más frecuente en el corpus de sintagma nominal y sintagma preposicional es ampliada con una conjunción y otro sintagma nominal como *Anreise am Freitag oder Samstag, Badezimmer mit Badewanne oder Dusche*.

Los apartados siguientes muestran las estructuras nominales más recurrentes encontradas en los paquetes léxicos de nuestro corpus teniendo en cuenta su longitud. En la clasificación incluimos abundantes ejemplos ordenados por el *valor mixto* en cada uno de los grupos.

- Paquetes léxicos de tres palabras

La Tabla 20 muestra los paquetes de tres palabras objeto de estudio en KoDeHo clasificados según la estructura nominal que presentan.

Tipo estructura nominal	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
1. Sintagma nominal seguido de sintagma preposicional formado por presposición y sintagma nominal	<i>Preis pro Person</i>	41,01	255	76	31
	<i>Entfernung vom Hotel</i>	53,35	408	23	
	<i>Liebe zum Detail</i>	60,29	135	94	
	<i>Frühstück vom Buffet</i>	68,75	135	49	
	<i>Badezimmer mit Dusche</i>	85,8	262	90	
	<i>Bad mit Dusche</i>	94,63	265	96	
	<i>Badezimmer mit Badewanne</i>	115,11	104	40	
	<i>Zimmer mit Verbindungstür</i>	159,36	84	46	
	<i>Bad mit Badewanne</i>	168,58	79	34	
	<i>Person im Doppelzimmer</i>	171,85	102	41	
	<i>Telefon mit Anrufbeantworter</i>	180,88	60	16	
	<i>Familien mit Kindern</i>	200,55	59	40	
	<i>Zuhause auf Zeit</i>	214,96	54	31	
	<i>Badezimmer mit Bad</i>	218,94	115	43	
	<i>Übernachtungen im Doppelzimmer</i>	233,87	56	26	
	<i>Zimmer im Hotel</i>	243,78	101	61	
	<i>Doppelzimmer zur Einzelnutzung</i>	244,51	48	27	
	<i>Übernachtung im Doppelzimmer</i>	260,34	52	30	
	<i>Aufenthalt im Hotel</i>	296,41	54	40	
	<i>Hotel im Zentrum</i>	297,9	54	40	
	<i>Frühstück im Hotel</i>	304,22	56	26	
	<i>Zimmer mit Bad</i>	325,82	49	27	
	<i>Flachbildfernseher mit Kabel-TV</i>	367,59	56	44	
2. Sintagma nominal seguido de conjunción, seguida de un sintagma nominal	<i>Badewanne oder Dusche</i>	79,84	153	59	25
	<i>Dusche oder Badewanne</i>	81,34	153	73	
	<i>Speisen und Getränke</i>	97,13	113	77	
	<i>Kunst und Kultur</i>	116,7	104	71	
	<i>Kaffee und Tee</i>	125,14	142	59	
	<i>Restaurants und Bars</i>	126,83	89	76	
	<i>Dusche oder Bad</i>	127,49	198	93	

Tipo estructura nominal	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
	<i>Bad oder Dusche</i>	132,01	102	52	
	<i>Dusche und WC</i>	147,17	208	95	
	<i>Tagungen und Veranstaltungen</i>	148,44	88	65	
	<i>Bademantel und Slipper</i>	152,96	75	22	
	<i>Schallschutzfenster sowie Haartrockner</i>	153,94	68	14	
	<i>Samstag und Sonntag</i>	163,93	75	57	
	<i>Tee und Kaffee</i>	180,26	83	29	
	<i>Bügeleisen und Bügelbrett</i>	192,97	56	25	
	<i>Person und Tag</i>	212,48	89	48	
	<i>Tradition und Moderne</i>	222,38	55	43	
	<i>schnell und bequem</i>	251,94	50	43	
	<i>Kaffee oder Tee</i>	258,54	49	29	
	<i>Essen und Trinken</i>	289,9	54	35	
	<i>Dusche und Badewanne</i>	294,74	49	30	
	<i>Zimmer und Suiten</i>	297,24	185	91	
3. Sintagma nominal	<i>ein individuelles Angebot</i>	47,47	160	87	19
	<i>der ideale Ausgangspunkt</i>	109,01	87	77	
	<i>die öffentlichen Verkehrsmittel</i>	113,59	88	65	
	<i>die zentrale Lage</i>	133,84	105	86	
	<i>ein angenehmes Wohnen</i>	156,86	67	15	
	<i>eine große Auswahl</i>	185,46	135	111	
	<i>der historischen Altstadt</i>	210,53	59	42	
	<i>der besonderen Art</i>	214,61	61	42	
	<i>unser reichhaltiges Frühstücksbuffet</i>	215,38	57	41	
	<i>eine Flasche Mineralwasser</i>	235,39	61	27	
	<i>das ganze Jahr</i>	239,01	74	51	
	<i>ein reichhaltiges Frühstücksbuffet</i>	244,58	62	51	
	<i>unser reichhaltiges Frühstück</i>	259,55	79	54	
	<i>ein reichhaltiges Frühstück</i>	261,02	82	69	
	<i>der ideale Ort</i>	286,11	49	38	
	<i>die historische Altstadt</i>	286,96	52	36	
4. Modificador y sintagma nominal	<i>nur wenige Gehminuten</i>	143,3	102	84	7
	<i>nur wenige Schritte</i>	186,17	76	58	
	<i>nur wenige Minuten</i>	209,07	70	57	
	<i>genau das Richtige</i>	272,48	51	43	

Tipo estructura nominal	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
5. Sintagma nominal más preposición	<i>eine Auswahl an</i>	227,79	102	79	6
	<i>eine Vielzahl an</i>	262,12	73	49	
	<i>das Richtige für</i>	273,27	57	39	
	<i>die Nähe zu</i>	327,88	56	44	
6. Sintagma nominal seguido de sintagma nominal	<i>Lage des Hotels</i>	129,82	127	109	6
	<i>Wahrzeichen der Stadt</i>	203,96	59	50	
	<i>Sehenswürdigkeiten der Stadt</i>	207,86	73	58	
	<i>Lage des Hotel</i>	268,4	134	116	
	<i>Ausstattung der Zimmer</i>	310,06	51	27	
7. Otras	<i>und vieles mehr</i>	118,87	152	113	6
	<i>Aufenthalt bei uns</i>	152,64	103	72	
	<i>ausreichend Platz für</i>	251,81	48	31	
	<i>alle unsere Zimmer</i>	251,91	81	57	
	<i>Sie als Gast</i>	289,82	50	49	

Tabla 20. Estructuras nominales en paquetes de tres palabras

La Figura 21 nos muestra visualmente los porcentajes de las estructuras nominales de los paquetes léxicos de tres palabras en nuestro corpus KoDeHo.

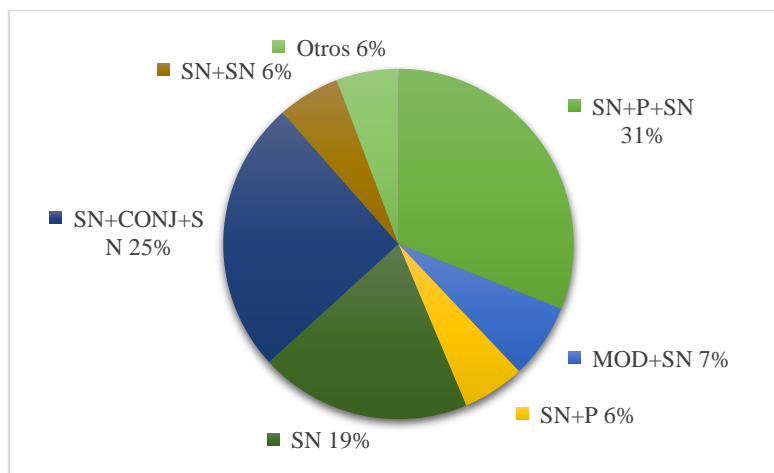


Figura 21. Estructuras nominales más comunes en los paquetes léxicos de tres palabras en KoDeHo

- Paquetes de cuatro palabras

Los paquetes clasificados en este apartado son aquellos que se inician con un sintagma nominal, ya sea solo un sustantivo o precedido por determinante y/o adjetivo, y seguido por otros elementos, ya sean otros sintagmas nominales, preposiciones o conjunciones. La estructura más común de paquetes basados en sintagmas nominales es la de sintagma nominal, preposición y sintagma nominal (49 %) en los de cuatro palabras, seguida de la fórmula sintagma nominal y preposición (22 %). A distancia encontramos las que incluyen una conjunción (7 %), modificador (5 %) o adjetivo en posposición (5 %). La Tabla 21 recoge los paquetes de cuatro palabras agrupados por las diferentes estructuras nominales.

Tipo estructura nominal	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
1. Sintagma nominal seguido de sintagma preposicional formado por preposición y sintagma nominal	<i>viel Liebe zum Detail</i>	39	65	54	49
	<i>Start in den Tag</i>	75,07	211	144	
	<i>Anreise mit dem Flugzeug</i>	82,35	56	49	
	<i>Blick über die Dächer</i>	105,49	38	23	
	<i>Gäste aus aller Welt</i>	130,39	31	25	
	<i>Anfahrt mit dem Auto</i>	130,94	39	34	
	<i>WLAN im gesamten Hotel</i>	138,85	47	36	
	<i>Ihren Aufenthalt bei uns</i>	142,84	42	32	
	<i>genau das Richtige für</i>	147,75	59	40	
	<i>Anreise mit dem Zug</i>	157,75	30	24	
	<i>Anreise mit der Bahn</i>	158,07	55	46	
	<i>Blick auf die Stadt</i>	183,63	38	23	
	<i>Anreise mit dem Auto</i>	183,69	100	88	
	<i>reichhaltiges Frühstück vom Buffet</i>	186,55	33	13	
	<i>Blick über die Stadt</i>	190,74	31	25	
	<i>Aufenthalt in unserem Hotel</i>	191,27	37	31	
	<i>Aufenthalt in unserem Haus</i>	194,63	29	22	
	<i>wenige Gehminuten vom Hotel</i>	207,97	22	18	
	<i>eine Auszeit vom Alltag</i>	225,24	22	16	
	<i>herzlich Willkommen im Hotel</i>	226,63	33	28	

Tipo estructura nominal	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
	<i>ein Bad mit Dusche</i>	226,82	24	17	
2. Sintagma nominal más preposición	<i>der ideale Ausgangspunkt für</i>	83,1	61	54	22
	<i>den perfekten Rahmen für</i>	106,54	39	31	
	<i>einen angenehmen Aufenthalt in</i>	131,86	36	25	
	<i>ein individuelles Angebot für</i>	139,15	38	34	
	<i>den idealen Rahmen für</i>	147,45	30	26	
	<i>nur wenige Schritte vom</i>	167,47	38	31	
	<i>ein idealer Ausgangspunkt für</i>	179,36	23	21	
	<i>der perfekte Ort für</i>	251,1	23	22	
3. Sintagma nominal seguido de conjunción, seguida de un sintagma nominal	<i>unsere Restaurants und Bars</i>	134,91	40	40	7
	<i>unsere Tagungen und Veranstaltungen</i>	220,57	23	21	
4. Sintagma nominal seguido de sintagma nominal	<i>Ihre Nutzung der Website</i>	222,91	22	13	5
5. Modificador seguido de sintagma nominal más adjetivo	<i>immer eine Reise wert</i>	127,05	32	19	5
	<i>nur wenige Gehminuten entfernt</i>	212,7	26	24	
6. Sintagma nominal seguido de modificador más sintagma preposicional	<i>nichts mehr im Weg</i>	196,66	30	24	5
	<i>nichts mehr im Wege</i>	214,28	21	18	
7. Otras	<i>Sie und Ihre Gäste</i>	172,06	70	54	7
	<i>nur ein paar Schritte</i>	180,59	23	22	

Tabla 21. Estructuras nominales de paquetes de cuatro palabras en KoDeHo

La Figura 22 muestra de modo visual los porcentajes de los ejemplos de estructuras nominales en paquetes léxicos de cuatro palabras. Observamos que casi el 50 % de los casos está formado por un sintagma nominal seguido de un sintagma preposicional *viel Liebe zum Detail, Start in den Tag, Anreise mit dem Flugzeug, Blick auf die Stadt*, seguido de sintagma nominal y preposición (22 %) como *der ideale Ausgangspunkt für, den perfekten Rahmen für, nur wenige Schritte vom, der perfekte Ort für*, entre otros.

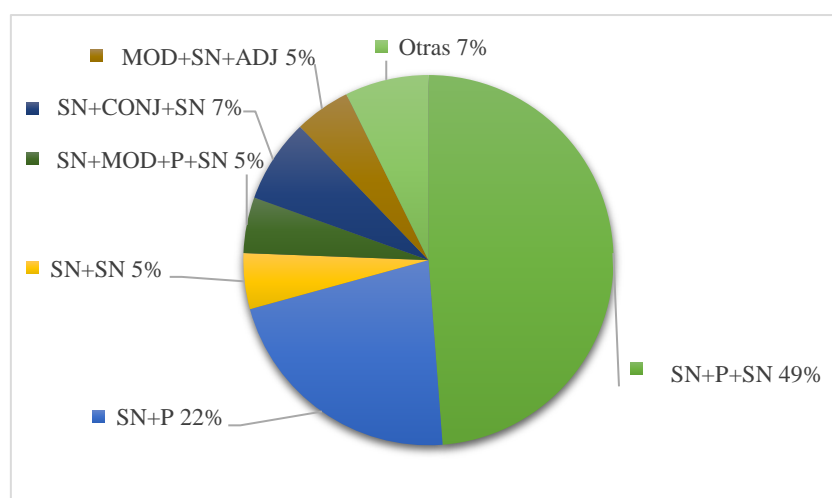


Figura 22. Estructuras nominales más comunes en los paquetes léxicos de cuatro palabras en KoDeHo

- Paquetes de cinco palabras

Por último, la Tabla 22 muestra los paquetes de cinco palabras en KoDeHo clasificados según las dos únicas estructuras recurrentes para este grupo como más arriba se ha comentado.

Tipo estructura nominal	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
1. Sintagma nominal seguido de sintagma preposicional	Badezimmer mit Dusche oder Badewanne	34,21	46	18	43
	Anreise am Freitag oder Samstag	45,99	22	14	

Tipo estructura nominal	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
formado por preposición y sintagma nominal, más conjunción seguida de otro sintagma nominal	Badezimmer mit Dusche und WC	56,87	34	14	
	Badezimmer mit Badewanne oder Dusche	59,07	22	10	
	Bad mit Dusche und WC	64,63	25	11	
2. Sintagma nominal seguido de sintagma preposicional	guten Start in den Tag	14,46	58	48	36
	perfekten Start in den Tag	29,9	32	19	
	Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer	42,11	30	10	
3. Otros	Aufenthalt so angenehm wie möglich	15,94	43	36	21
	wenige Gehminuten vom Hotel entfernt	72,1	17	13	
	Dusche oder Badewanne und WC	77,2	19	10	
	genau das Richtige für Sie	79,21	27	22	

Tabla 22. Estructuras nominales de paquetes de cinco palabras en KoDeHo

La Figura 23 muestra los porcentajes de las estructuras nominales de los paquetes de cinco palabras. Como se observa y arriba se ha mencionado, tan solo dos estructuras son recurrentes, la de sintagma nominal seguido de sintagma preposicional más una conjunción seguida de otro sintagma nominal como en *Badezimmer mit Dusche oder Badewanne*, y sintagma nominal seguido de sintagma preposicional como en *perfekten Start in den Tag*. Las estructuras que aparecen solo una vez como en *Aufenthalt so angenehm wie möglich* o *wenige Gehminuten vom Hotel entfernt*, son muy frecuentes en el corpus, por tanto, encontramos mucha variabilidad y poca estabilidad estructural en este grupo.

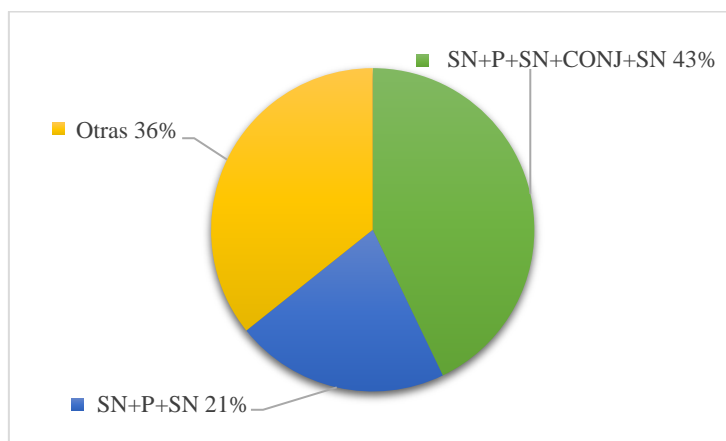


Figura 23. Estructuras nominales más comunes en los paquetes léxicos de cinco palabras en KoDeHo

Antes de finalizar esta sección sobre la estructura nominal de los paquetes léxicos en KoDeHo queremos mostrar gráficamente y de forma contrastiva las estructuras que se han venido comentando en función de la longitud de los mismos. La Figura 24 muestra de forma comparada la presencia de las estructuras nominales en cada grupo. En la misma se observa que tan solo la estructura de sintagma nominal más sintagma preposicional es compartida por los tres grupos, como por ejemplo *Preis pro Person*, *viel Liebe zum Detail* o *guten Start in den Tag*. Asimismo tres estructuras son recurrentes en los paquetes de tres y cuatro palabras, a saber, sintagma nominal más preposición como en *eine Auswahl an* o *der ideale Ausgangspunkt für*, sintagma nominal seguido de conjunción y sintagma nominal como por ejemplo *Badewanne oder Dusche* o *unsere Restaurants und Bars* y sintagma nominal más sintagma nominal, como en *Lage des Hotels* o *Ihre Nutzung der Website*.

Por último cinco estructuras nominales son exclusivas de alguno de los grupos, de las más breves como sintagma nominal precedido o no por un modificador como en *ein individuelles Angebot* o *nur wenige Gehminuten*, en paquetes de tres palabras, sintagma nominal más modificador seguido de sintagma preposicional, como en *nichts mehr im Weg* y modificador seguido de sintagma nominal más adjetivo *immer eine Reise wert*, en los paquetes de cuatro palabras. Consecuentemente, una estructura con tantos

elementos como sintagma nominal seguido de sintagma preposicional más conjunción seguida de otro sintagma nominal, es posible en los paquetes de cinco palabras, como en *Badezimmer mit Dusche oder Badewanne*.

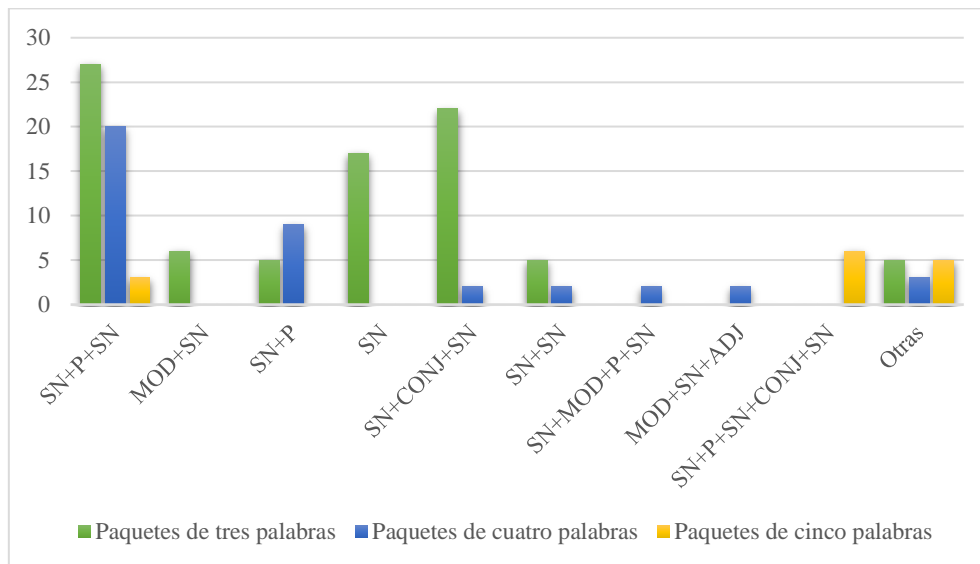


Figura 24. Estructuras nominales de paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo

Respecto a las estructuras nominales nos llama la atención el elevado porcentaje de aparición de dos sintagmas nominales unidos por una conjunción. Asimismo, observamos cómo las estructuras reflejan en parte el solapamiento de algunos paquetes, que consideramos parcial, y que interpretamos como reflejo de la variedad de los mismos. Por otra parte, el hecho de que la estructura de sintagma nominal seguida de sintagma preposicional sea la más abundante concuerda con el carácter descriptivo y promocional de estos textos.

7.3.1.2. Estructuras preposicionales

A continuación veremos las estructuras preposicionales más comunes de los paquetes léxicos de tres, de cuatro y de cinco palabras de modo independiente, las cuales aparecen correlacionadas con la longitud de los mismos.

Lo que más llama la atención en la tabla es que los paquetes de tres palabras son los que muestran mayor estabilidad en la estructura. En casi el 80 % de los casos están compuestos por un sintagma preposicional de preposición seguida de sintagma nominal como *an der Rezeption* o *auf Ihren Besuch*. Esta misma estructura representa casi el 50 % de los casos de paquetes de cuatro palabras, como en *im Zimmer der Eltern* o *zu einem unvergesslichen Erlebnis*. A partir de esta estructura básica vamos a encontrar ampliaciones hacia la derecha, con otros sintagmas nominales como en *im Herzen der Stadt*, o preposicionales mediados o no por un modificador o conjunción como *mit Liebe zum Detail*, *mit Rat und Tat*; o hacia la izquierda con la presencia de un modificador o conjunción antepuesto como en *direkt am Hotel* o *wie zu Hause*. Asimismo observamos en la tabla que la estructura de sintagma preposicional seguida de preposición es común a los tres grupos, aunque con pocos casos respectivamente. En este caso de las estructuras preposicionales, encontramos más estructuras compartidas entre los paquetes de cuatro y de cinco palabras, con un total de cuatro, que en las estructuras nominales vistas anteriormente. De un total de 13 estructuras, observamos que siete corresponden a solo uno de los grupos, cinco son compartidas por dos de los grupos, y una por los tres. Además hay que señalar que dos de las estructuras preposicionales de tres palabras presentan algún ejemplo aislado en los paquetes de cuatro, como se verá más adelante.

- Paquetes de tres palabras

La Tabla 23 recoge los paquetes de tres palabras con estructura preposicional en KoDeHo, ordenados por el *valor mixto*. Como podemos observar la mayoría de ellos responden a marcos frasales básicos *an der Bar*, *an der Hotelbar*, *an der Rezeption*, *an unserer Hotelbar*, especialmente con una estructura de sintagma preposicional compuesto por una preposición y un sintagma nominal, este a su vez formado por un determinante y un sustantivo. Otras estructuras como la formada por preposición, sintagma nominal y otra preposición *im Herzen von*, *im Wert von*, *im Zentrum von*, o la que consta de un sintagma preposicional precedido de un modificador, como *bequem zu Fuß*, *direkt am Hotel*, *direkt beim Hotel*, *direkt im Hotel*, *je nach Verfügbarkeit* encuentran pocos ejemplos en nuestro corpus.

Tipo de estructura preposicional	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
1. Preposición seguida de sintagma nominal	<i>in unmittelbarer Nähe</i>	53,02	371	264	78
	<i>aus aller Welt</i>	54,64	162	107	
	<i>auf Ihren Besuch</i>	62,81	253	183	
	<i>auf höchstem Niveau</i>	93,17	101	68	
	<i>aus der Region</i>	120,49	138	94	
	<i>in allen Zimmern</i>	127,75	222	132	
	<i>über den Dächern</i>	136,62	139	58	
	<i>an der Rezeption</i>	146,41	591	277	
	<i>vor der Tür</i>	150,27	91	72	
	<i>mit einem Doppelbett</i>	159,03	107	51	
	<i>in wenigen Minuten</i>	160,26	109	94	
	<i>mit öffentlichen Verkehrsmitteln</i>	160,64	136	104	
	<i>mit dem Auto</i>	168,79	513	355	
	<i>vor Ihrer Anreise</i>	171,30	65	44	
	<i>vor dem Hotel</i>	179,31	157	95	
	<i>in den Tag</i>	180,19	361	234	
	<i>in unserem Haus</i>	184,03	228	149	
	<i>für unsere Gäste</i>	186,41	173	128	
	<i>über die Dächer</i>	190,71	60	38	
	<i>auf Ihre Anfrage</i>	194,75	80	54	
	<i>im gesamten Hotel</i>	194,76	313	142	
	<i>auf dem Zimmer</i>	195,46	291	114	
	<i>in unserem Restaurant</i>	198,77	193	101	
	<i>auf einen Blick</i>	201,22	120	91	
	<i>für Ihre Veranstaltung</i>	202,68	173	103	
	<i>im ganzen Haus</i>	203,16	83	63	
	<i>mit dem Bus</i>	210,88	98	71	
	<i>für Ihre Feier</i>	214,01	63	39	
	<i>für jeden Geschmack</i>	214,40	120	94	
	<i>in der Nähe</i>	215,03	414	246	
	<i>auf unserer Website</i>	218,82	59	42	
	<i>während Ihres Aufenthaltes</i>	219,47	71	56	
	<i>in unserem Hotel</i>	223,02	332	192	
	<i>mit öffentlichen Verkehrsmittel</i>	226,67	141	107	
	<i>bei der Planung</i>	227,86	122	88	
	<i>mit dem Fahrrad</i>	228,12	79	51	
	<i>um die Ecke</i>	230,65	57	45	
	<i>auf dieser Seite</i>	232,14	64	54	

Tipo de estructura preposicional	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
	<i>in zentraler Lage</i>	232,37	92	78	
	<i>in der Umgebung</i>	234,04	142	119	
	<i>in allen Bereichen</i>	236,48	96	64	
	<i>mit dem Zug</i>	238,08	64	45	
	<i>mit Ihrer Familie</i>	239,05	55	38	
	<i>in jedem Zimmer</i>	239,30	94	56	
	<i>mit dem Flugzeug</i>	244,60	87	66	
	<i>für jeden Anlass</i>	246,26	80	61	
	<i>im gesamten Haus</i>	248,12	72	51	
	<i>auf der Terrasse</i>	248,72	71	57	
	<i>in der Lobby</i>	251,47	190	112	
	<i>bei schönem Wetter</i>	252,02	48	42	
	<i>für Ihren Aufenthalt</i>	254,04	171	120	
	<i>mit dem Taxi</i>	255,72	58	39	
	<i>auf die Stadt</i>	256,28	78	42	
	<i>vor der Haustür</i>	256,35	50	41	
	<i>mit der Straßenbahn</i>	259,14	85	52	
	<i>während Ihres Aufenthalts</i>	259,25	66	52	
	<i>um das Hotel</i>	259,48	74	55	
	<i>auf Ihrem Zimmer</i>	261,30	111	54	
	<i>an unserer Rezeption</i>	262,14	56	42	
	<i>an der Bar</i>	262,24	67	48	
	<i>in den Zimmern</i>	262,25	83	69	
	<i>durch die Stadt</i>	266,22	64	46	
	<i>in der Tiefgarage</i>	269,18	62	33	
	<i>mit dem PKW</i>	270,71	58	41	
	<i>für Ihr Seminar</i>	271,54	69	13	
	<i>für Ihre Tagung</i>	274,54	83	58	
	<i>in der Hauptstadt</i>	276,48	61	41	
	<i>mit der U-Bahn</i>	276,55	103	74	
	<i>in der City</i>	279,05	68	48	
	<i>im ganzen Hotel</i>	280,31	64	44	
	<i>in der Stadt</i>	281,02	273	149	
	<i>in der Altstadt</i>	286,25	140	73	
	<i>an der Hotelbar</i>	290,55	48	32	
	<i>bei der Reservierung</i>	293,71	51	32	
	<i>mit der Bahn</i>	294,56	130	98	
	<i>zu unserem Hotel</i>	294,65	56	37	
	<i>in Ihrem Zimmer</i>	298,73	84	58	
	<i>in der Regel</i>	300,58	71	51	
	<i>in der Innenstadt</i>	301,69	133	83	
	<i>mit dem Rad,</i>	301,83	53	34	

Tipo de estructura preposicional	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
	<i>an unserer Hotelbar</i>	304,86	48	24	
	<i>mit der S-Bahn</i>	308,18	74	53	
	<i>auf jeden Fall</i>	321,85	48	40	
	<i>in der Zeit</i>	324,84	55	43	
	<i>in die Welt</i>	330,87	52	46	
	<i>in der Bar</i>	348,10	54	32	
	<i>mit der Familie</i>	362,04	56	44	
	<i>in der Sauna</i>	369,74	50	39	
2. Doble preposición seguida de sintagma nominal más preposición	<i>bis zur Haltestelle</i>	96,71	122	65	8
	<i>bis zur Station</i>	152,32	81	39	
	<i>bis zum Hotel</i>	308,34	53	30	
3. Preposición seguida de sintagma nominal más preposición	<i>zum Preis von</i>	183,63	101	58	4
	<i>im Herzen von</i>	183,94	219	134	
	<i>im Zentrum von</i>	202,57	223	111	
	<i>mit Blick auf</i>	222,80	293	159	
	<i>in Höhe von</i>	263,11	75	51	
	<i>im Wert von</i>	296,39	50	31	
	<i>in Verbindung mit</i>	312,37	54	45	
	<i>mit Blick über</i>	336,83	57	35	
	<i>in Kombination mit</i>	343,24	53	35	
4. Modificador seguido de preposición seguida de sintagma nominal	<i>bequem zu Fuß</i>	94,75	99	82	3
	<i>je nach Verfügbarkeit</i>	155,08	119	61	
	<i>direkt im Hotel</i>	264,92	68	53	
	<i>direkt beim Hotel</i>	268,72	50	21	
	<i>direkt am Hotel</i>	301,70	77	63	
5. Conjunción seguida de preposición y sintagma nominal	<i>wie zu Hause</i>	92,16	112	87	2
	<i>wie zum Beispiel</i>	236,80	71	61	
6. Preposición seguida de sintagma nominal más adjetivo	<i>zu Fuß erreichbar</i>	191,20	58	44	2
	<i>vom Hotel entfernt</i>	217,71	233	147	
7. Otras	<i>zur Verfügung gestellt</i>	156,64	94	55	3
	<i>direkt bei uns</i>	176,65	89	55	
	<i>von hier aus</i>	196,81	135	106	
	<i>nicht nur für</i>	311,02	64	51	

Tabla 23. Paquetes léxicos de tres palabras organizados por estructura preposicional, con valores de frecuencia, número de documentos y *valor mixto*

La Figura 25 muestra gráficamente cómo casi el 80 % de los sintagmas preposicionales de los paquetes de tres palabras en KoDeHo siguen la misma estructura arriba citada, de

preposición y sintagma nominal. Asimismo, el 8 % de dichos paquetes se componen de un sintagma preposicional seguido de una preposición. Como se observa en el gráfico las otras estructuras apenas son cuantitativamente relevantes.

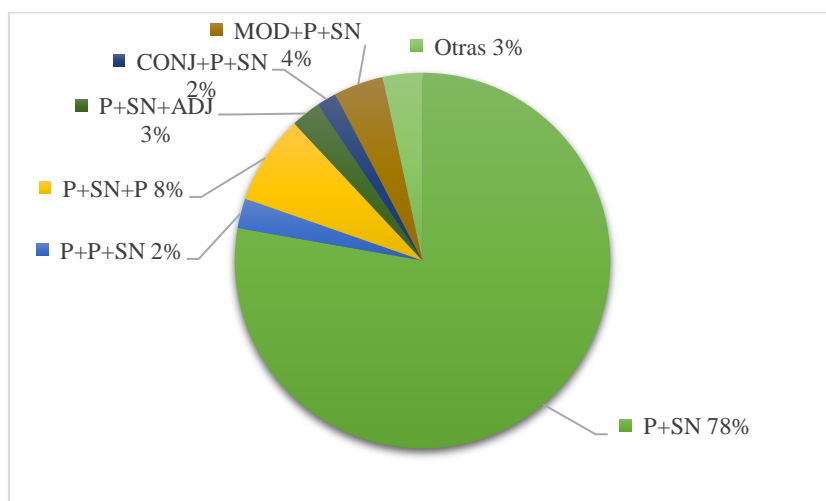


Figura 25. Estructuras preposicionales en paquetes léxicos de tres palabras de KoDeHo

- Paquetes de cuatro palabras

Respecto de las estructuras más comunes de paquetes de cuatro palabras que integran sintagmas preposicionales al inicio de los mismos, hay que resaltar la estructura más sencilla de preposición seguida de sintagma nominal *zu einem unvergesslichen Erlebnis* o *im Zimmer der Eltern*. Es también muy común, con 14 ejemplos, la estructura que combina además una conjunción y otro sintagma nominal *mit Dusche oder Bad* o *mit Rat und Tat*. En número siguen estructuras que añaden a la preposición y sintagma nominal otra preposición seguida o no de sintagma nominal, como por ejemplo *pro Person im Doppelzimmer* o *auf der Suche nach*, además de las que agregan directamente otro sintagma nominal sin preposición, sino en genitivo *im Herzen der Stadt*. Las estructuras que combinan preposición y sintagma nominal precedido de un modificador adverbial *in nur wenigen Minuten*, una conjunción *auch innerhalb der Familie*, un pronombre precedido asimismo por preposición como en

bei uns im Haus o incluso con un adverbio en posición final como en *immer für Sie da*, representan ejemplos residuales. Igualmente hemos encontrado un ejemplo de preposición en posposición *das ganze Jahr über*. La Tabla 24 muestralos paquetes léxicos de cuatro palabras organizados por estructura preposicional, con valores de frecuencia, número de documentos y *valor mixto*.

Tipo de estructura preposicional	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
1. Preposición seguida de sintagma nominal	<i>zu einem unvergesslichen Erlebnis</i>	46,69	65	55	48
	<i>auf die tagesaktuelle Rate</i>	81,10	43	22	
	<i>nach Wahl des Küchenchefs</i>	84,56	41	17	
	<i>für einen angenehmen Aufenthalt</i>	101,22	41	27	
	<i>für einen längeren Aufenthalt</i>	101,32	40	27	
	<i>im Bett der Eltern</i>	106,37	75	44	
	<i>aus der ganzen Welt</i>	124,34	41	37	
	<i>im Zimmer der Eltern</i>	129,11	155	87	
	<i>auf der linken Seite</i>	130,95	101	64	
	<i>für die öffentlichen Verkehrsmittel</i>	139,43	40	28	
	<i>mit den öffentlichen Verkehrsmitteln</i>	143,95	173	131	
	<i>auf der rechten Straßenseite</i>	154,06	27	19	
	<i>für jeden etwas dabei</i>	154,47	29	25	
	<i>nach einem anstrengenden Tag</i>	159,94	26	25	
	<i>für die ganze Familie</i>	161,17	151	67	
	<i>mit der ganzen Familie</i>	162,55	35	24	
	<i>auf der rechten Seite</i>	164,45	143	84	
	<i>mit den öffentlichen Verkehrsmittel</i>	167,24	150	115	
	<i>direkt vor der Tür</i>	176,75	34	30	
	<i>ganz nach Ihren Wünschen</i>	180,26	42	36	
	<i>in den öffentlichen Bereichen</i>	181,69	26	18	

Tipo de estructura preposicional	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
	<i>nach einem erlebnisreichen Tag</i>	190,48	27	21	
	<i>nach einem ereignisreichen Tag</i>	197,34	24	19	
	<i>ganz in der Nähe</i>	198,97	53	42	
	<i>mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet</i>	200,7	23	18	
	<i>von seiner schönsten Seite</i>	201,91	22	16	
	<i>nach einem langen Tag</i>	202,44	25	21	
	<i>direkt vor dem Hotel</i>	205,88	65	47	
	<i>rund um das Hotel</i>	209,64	53	41	
	<i>mit einem reichhaltigen Frühstück</i>	211,7	30	26	
	<i>in den letzten Jahren</i>	214,62	32	24	
	<i>mitten in der Stadt</i>	224,31	57	43	
	<i>auf der linken Straßenseite</i>	228,62	23	19	
	<i>mit einer großen Auswahl</i>	231,98	21	16	
	<i>durch die zentrale Lage</i>	236,22	23	21	
2. Preposición seguida de sintagma nominal más conjunción seguida de sintagma nominal	<i>mit Rat und Tat</i>	78,96	52	39	18
	<i>mit Dusche oder Badewanne</i>	117,99	82	41	
	<i>pro Person und Tag</i>	135,52	76	42	
	<i>pro Person und Nacht</i>	136,84	63	29	
	<i>nach Lust und Laune</i>	141,23	31	26	
	<i>mit Badewanne oder Dusche</i>	141,61	49	21	
	<i>mit Bad oder Dusche</i>	149,71	50	30	
	<i>pro Zimmer und Nacht</i>	158,79	78	54	
	<i>mit Dusche und WC</i>	158,86	95	47	
	<i>mit Dusche oder Bad</i>	160,76	104	50	
	<i>auf Anfrage und Verfügbarkeit</i>	176,18	38	24	
	<i>für Groß und Klein</i>	184,45	25	21	
	<i>pro Nacht und Zimmer</i>	206,42	32	16	
	<i>mit Dusche und Badewanne</i>	245,28	23	18	
3. Preposición seguida de sintagma nominal más preposición	<i>über den Dächern von</i>	159,13	64	33	11
	<i>gegen eine Gebühr von</i>	173,67	25	18	
	<i>auf der Suche nach</i>	194,75	137	92	
	<i>mit einer Größe von</i>	207,48	45	23	
	<i>in der Altstadt von</i>	210,05	33	21	

Tipo de estructura preposicional	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
	<i>in der Zeit von</i>	223,34	40	31	
	<i>in der Nähe von</i>	255,08	27	24	
	<i>in der Innenstadt von</i>	267,37	21	14	
4. Preposición seguida de sintagma nominal más preposición seguida de sintagma nominal	<i>für Familien mit Kindern</i>	169,33	29	21	6
	<i>von Montag bis Freitag</i>	174,44	46	33	
	<i>pro Person im Doppelzimmer</i>	184,39	86	35	
	<i>mit Liebe zum Detail</i>	221,23	23	16	
5. Preposición seguida de sintagma nominal más sintagma nominal	<i>für jeden Geschmack etwas</i>	130,27	32	31	6
	<i>im Herzen der Stadt</i>	192,73	75	53	
	<i>im Zentrum der Stadt</i>	199,96	32	28	
6. Preposición seguida de adverbio más sintagma nominal	<i>in nur wenigen Minuten</i>	213,15	28	24	4
	<i>in nur wenigen Gehminuten</i>	217,45	22	13	
7. Modificador seguido de preposición y sintagma nominal	<i>rund um die Uhr</i>	141,46	335	204	3
	<i>mitten in der Altstadt</i>	194,07	31	19	
	<i>ganz in der Nähe</i>	198,97	67	42	
8. Preposición seguida de pronombre más preposición y sintagma nominal	<i>bei uns im Haus</i>	219,01	30	23	3
	<i>bei uns im Hotel</i>	224,89	74	46	
9. Otras	<i>das ganze Jahr über</i>	106,67	44	34	5
	<i>auch innerhalb der Familie</i>	205,33	22	22	
	<i>immer für Sie da</i>	240,84	22	21	

Tabla 24. Paquetes léxicos de cuatro palabras organizados por estructura preposicional, con valores de frecuencia, número de documentos y *valor mixto*

La Figura 26 muestra gráficamente los porcentajes que representan los ejemplos de cada una de las estructuras preposicionales. Como se puede observar alrededor de un 25 % de los casos poseen estructuras muy poco recurrentes.

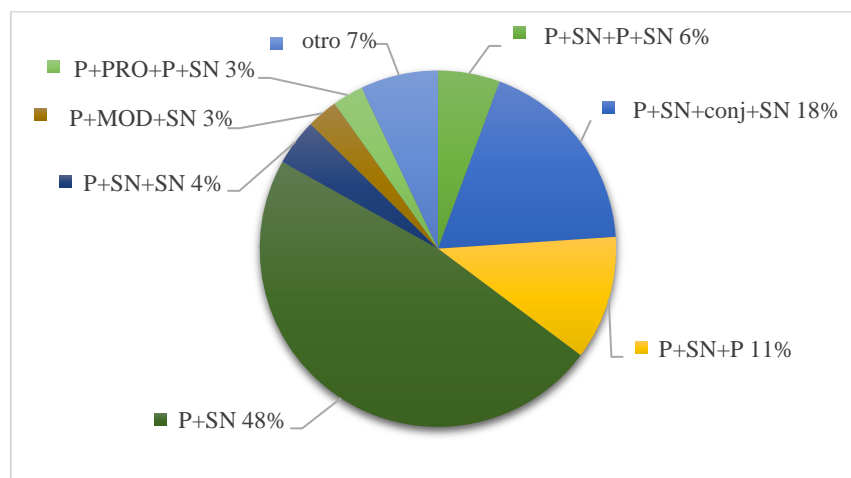


Figura 26. Estructuras preposicionales en paquetes léxicos de cuatro palabras de KoDeHo

- Paquetes de cinco palabras

Respecto a los paquetes de cinco palabras, encontramos de nuevo gran variabilidad en las estructuras de los grupos preposicionales, tal como lo es en los grupos nominales. La Tabla 25 recoge y clasifica los ejemplos de este tipo de estructuras en paquetes de cinco palabras de nuestro corpus objeto de investigación. Como se puede observar, algunos son variaciones de una misma secuencia.

Tipos de estructuras preposicionales	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
1. Preposición seguida de dos sintagmas nominales	<i>in der Nähe unseres Hotels</i>	52,71	37	37	24
	<i>in allen Bereichen des Hotels</i>	70,8	56	29	
	<i>in unmittelbarer Nähe des Hotels</i>	74,73	31	24	
	<i>im wahrsten Sinne des Wortes</i>	87,7	15	12	
	<i>in der Nähe des Hotels</i>	93,11	28	25	
2. Preposición y sintagma nominal seguidos de preposición y	<i>über den Dächern der Stadt</i>	63,76	22	13	24
	<i>mit viel Liebe zum Detail</i>	70,07	48	41	
	<i>bei der Planung Ihrer Veranstaltung</i>	70,26	17	11	

Tipos de estructuras preposicionales	Ejemplos en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos	%
sintagma nominal	<i>in wenigen Minuten zu Fuß</i>	86,78	15	14	
3. Modificador seguido de preposición y dos sintagmas nominales seguidos	<i>kostenfrei im Bett der Eltern</i>	50,3	23	13	12
	<i>kostenlos im Zimmer der Eltern</i>	58,13	24	14	
	<i>kostenfrei im Zimmer der Eltern</i>	67,36	22	18	
4. Preposición seguida de sintagma nominal, conjunción y sintagma nominal	<i>bei der Planung und Durchführung</i>	66,83	19	16	8
	<i>für Sie und Ihre Gäste</i>	84,75	22	20	
5. Modificador seguido de preposición, sintagma nominal y adjetivo	<i>rund um die Uhr geöffnet</i>	26,65	50	37	8
	<i>rund um die Uhr besetzt</i>	52,4	23	19	
6. Preposición seguida de sintagma nominal y preposición	<i>für einen guten Start in</i>	54,6	32	26	4
7. Preposición seguida de pronombre, preposición y sintagma nominal	<i>bei uns an der Rezeption</i>	87,12	18	12	4
8. Otras	<i>auf Anfrage und nach Verfügbarkeit</i>	56,03	19	46	16
	<i>täglich rund um die Uhr</i>	62,02	21	18	
	<i>speziell auf die Bedürfnisse von</i>	77,88	16	14	
	<i>für jeden Geschmack etwas dabei</i>	89,47	14	14	

Tabla 25. Paquetes léxicos de cinco palabras organizados por estructura preposicional, con valores de frecuencia, número de documentos y *valor mixto*

Como muestra la Figura 27, hay dos estructuras que destacan por su recurrencia y representan un porcentaje similar respectivamente, a saber, la formada por dos sintagmas preposicionales seguidos, como en *mit viel Liebe zum Detail* o *über den Dächern der Stadt*, y la formada por un sintagma preposicional seguido de un sintagma nominal en genitivo como en *im wahrsten Sinne des Wortes* o *in allen Bereichen des Hotels*.

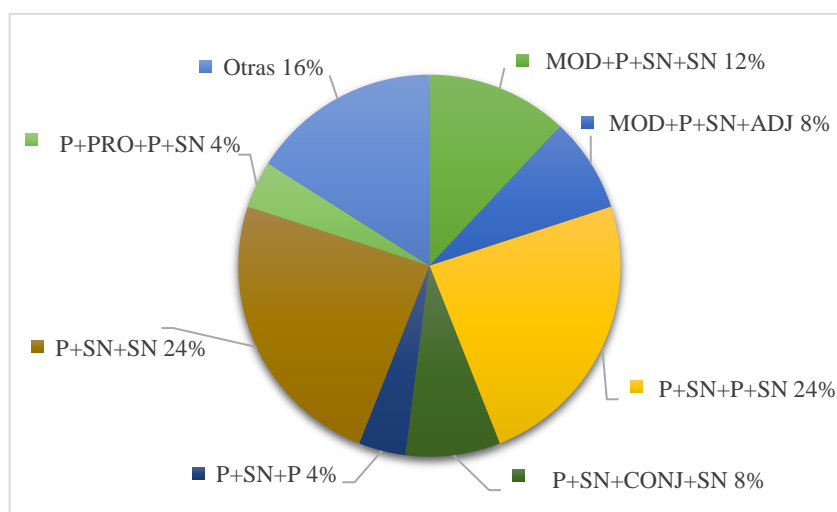


Figura 27. Estructuras preposicionales en paquetes léxicos de cinco palabras de KoDeHo

En la Figura 28 podemos observar las estructuras preposicionales recurrentes en el corpus KoDeHo, en una comparativa entre los diferentes tamaños de los paquetes. Llama la atención que casi el 60 % de los casos están compuestos por una estructura básica de sintagma preposicional de preposición seguida de sintagma nominal, sin embargo, el resto presenta escasa convergencia y gran variabilidad de estructuras determinada por el tamaño de los paquetes léxicos. Asimismo observamos que cuatro estructuras son compartidas al menos por dos de los grupos, a saber, sintagma preposicional seguido de preposición (8 %) como en *im Herzen von*, *über den Dächern von*, *für einen guten Start in*, un sintagma preposicional seguido de conjunción y otro sintagma nominal (7 %) como por ejemplo *mit Rat und Tat* o *für Sie und Ihre Gäste*, sintagma preposicional y sintagma

nominal (5 %) como en *im Zentrum der Stadt* o *in der Nähe unseres Hotels*, y dos sintagmas preposicionales juntos (4 %) como es el caso de *für Familien mit Kindern* o *in wenigen Minuten zu Fuß*. El resto de casos, que representan el 15 % del total, muestra estructuras diversas con un solo ejemplo en nuestro corpus.

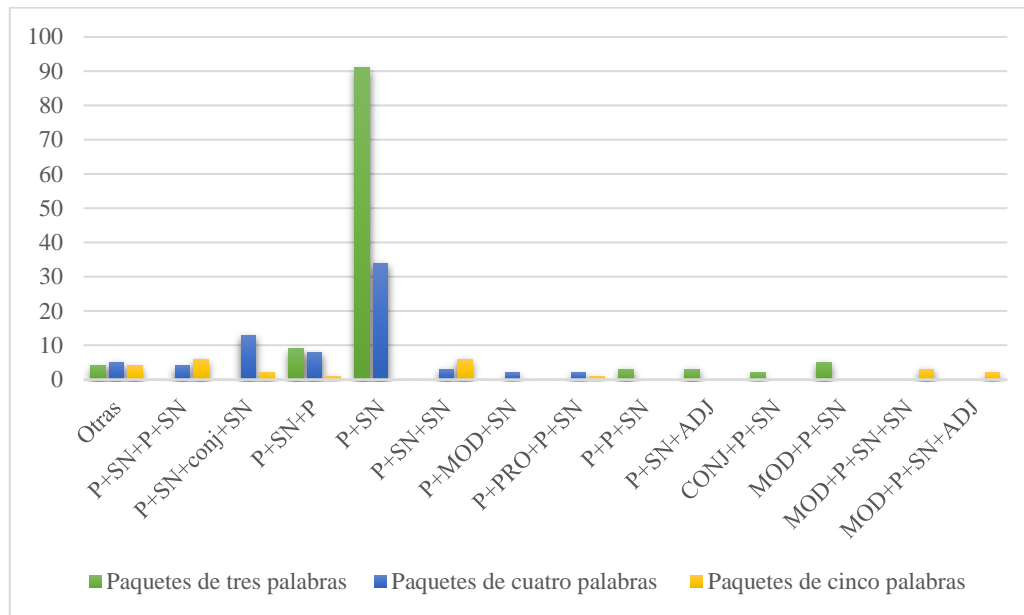


Figura 28. Estructuras preposicionales de paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo

En consecuencia observamos que de los paquetes léxicos preposicionales los de tres palabras son los más estables en cuanto que presentan la estructura básica de sintagma preposicional formada por una preposición y un sintagma nominal de modo altamente frecuente. En el caso de los paquetes de cinco palabras la diversidad de estructuras ocupa un amplio porcentaje e incluso algunas de las que cuentan con más ejemplos, son precisamente variables de una misma secuencia como es el caso de *kostenfrei im Bett der Eltern*, *kostenlos im Zimmer der Eltern* y *kostenfrei im Zimmer der Eltern*. Los paquetes de cuatro palabras cuentan con una gama de tres estructuras preposicionales algo más estables que representan el 77 % de los casos. Por último, advertimos algunos casos de ampliación de una secuencia base, que documenta la variabilidad en paquetes léxicos

como es el caso de *rund um die Uhr*, *rund um die Uhr geöffnet*, *rund um die Uhr besetzt* y *täglich rund um die Uhr*. El hecho de observar estas constantes estructurales nos ayuda a poder caracterizar mejor estos textos.

7.3.1.3. Estructuras verbales

Bajo este grupo hemos reunido todos aquellos paquetes léxicos que contienen un verbo. Así como en el caso de las estructuras nominales y preposicionales hemos encontrado gran variabilidad de estructuras, que en muy pocos casos eran comunes para los tres grupos establecidos según el número de palabras, paquetes de tres, de cuatro y de cinco palabras, en este caso sí hemos podido establecer una clasificación de todos los paquetes en su conjunto. Tan solo los paquetes de tres palabras no tienen ejemplos para dos de las clasificaciones, como mostraremos.

1. Verbo en forma imperativa con valor exhortativo acompañado de la forma de cortesía *Sie* (13), *rufen Sie uns an*, *freuen Sie sich auf*.
2. Verbo en presente acompañado de la forma de cortesía *Sie* (11), *Sie haben die Wahl*, *so erreichen Sie uns*.
3. Verbos en presente con sujeto pronombre personal *wir* (13): *Wir freuen uns auf*, *gerne beraten wir Sie*.
4. Verbos en presente con otros sujetos (10): *was das Herz begehrt*, *unser Haus verfügt über*.
5. Verbos con estructura impersonal: con el verbo *lassen* (3), *lässt keine Wünsche offen*, pasiva de estado (2) *Zimmer sind ausgestattet mit*.
6. Infinitivos (3): con o sin auxiliar: *zu Fuß zu erreichen*, *mit dem Auto anreisen*, *wie zu Hause fühlen*.

La Tabla 26 muestra las estructuras ordenadas por orden de recurrencia en cada uno de los grupos. Algo que llama la atención es el hecho de que los paquetes de tres palabras son en su mayoría (83 %) formas imperativas con la forma de cortesía *Sie*. Asimismo, aparecen los paquetes de cuatro palabras como los que presentan una gama de estructuras, en este caso cuatro, relativamente recurrentes (en torno al 20 %

respectivamente). En los tres grupos observamos una predominancia en las formas con la forma de cortesía *Sie*. En los paquetes de tres palabras predomina la forma imperativa, mientras que en los de cuatro palabras alternan las formas con la forma de cortesía *Sie* en imperativo y en presente, con porcentajes similares en los paquetes de cinco palabras. Las formas con *wir*, que representa al personal del hotel, alcanzan en los paquetes de cuatro palabras un 17 %, mientras que en los de cinco y tres su representación es menor, un 12 % y 4 % respectivamente. El resto de formas de los paquetes de cuatro y de cinco palabras están representados fundamentalmente por verbos en presente con otros sujetos. Otras formas verbales como estructuras impersonales o con infinitivo son poco recurrentes.

Paquetes de tres		Paquetes de cuatro		Paquetes de cinco	
Imperativo - <i>Sie</i>	83 %	Presente – <i>wir</i>	24 %	Presente <i>Sie/Ihnen</i>	32 %
Presente - <i>Sie/Ihnen</i>	9 %	Imperativo – <i>Sie</i>	23 %	Imperativo – <i>Sie</i>	26 %
Presente – <i>wir</i>	4 %	Presente <i>Sie/Ihnen</i>	23 %	Presente	18 %
Infinitivo	4 %	Presente	17 %	Presente – <i>wir</i>	12 %
Presente	0 %	Infinitivo	7 %	Infinitivo	6 %
Impersonal	0 %	Impersonal	6 %	Impersonal	6 %

Tabla 26. Estructuras verbales de los paquetes léxicos en KoDeHo en función del tamaño

Estructura	Paquetes léxicos de tres palabras en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos
Forma de cortesía <i>Sie</i> con verbo en forma imperativa con valor exhortativo	<i>bitte beachten Sie</i>	154,83	15/356	181
	<i>lassen Sie sich</i>	173,85	274/286	179
	<i>sichern Sie sich</i>	182,25	81	63
	<i>freuen Sie sich</i>	190,65	47/223	150
	<i>profitieren Sie von</i>	191,29	81/84	59
	<i>kontaktieren Sie uns</i>	223,04	6/258	192
	<i>erfahren Sie mehr</i>	229,67	10/151	54
	<i>Tauchen Sie ein</i>	234,16	25/66	47
	<i>wählen Sie aus</i>	237,18	19/77	62
	<i>biegen Sie links</i>	246,78	8/68	39
	<i>schreiben Sie uns</i>	252,94	33/55	42
	<i>biegen Sie rechts</i>	253,73	17/52	38
	<i>besuchen Sie uns</i>	259,32	9/87	73

<i>Estructura</i>	<i>Paquetes léxicos de tres palabras en KoDeHo</i>	<i>Valor mixto</i>	Frecuencia	Nº documentos
	<i>zögern Sie nicht</i>	262,01	14/54	26
	<i>buchen Sie direkt</i>	262,99	16/77	48
	<i>entspannen Sie sich</i>	279,69	28/59	40
	<i>informieren Sie sich</i>	283,49	40/52	38
	<i>buchen Sie jetzt</i>	289,51	6/81	66
	<i>fragen Sie uns</i>	317,55	14/52	42
Forma de cortesía <i>Sie</i> acompañada de verbo en presente	<i>bieten wir Ihnen</i>	90,29	450	274
<i>wir</i> con verbos en presente	<i>wir bieten Ihnen</i>	169,37	36/202	138
Infinitivos	<i>willkommen im Hotel</i>	285,11	6/113	85
Otros sujetos en presente	-			
Impersonal	-			

Tabla 27. Paquetes léxicos de tres palabras organizados por estructura verbal, con valores de frecuencia, número de documentos y *valor mixto*

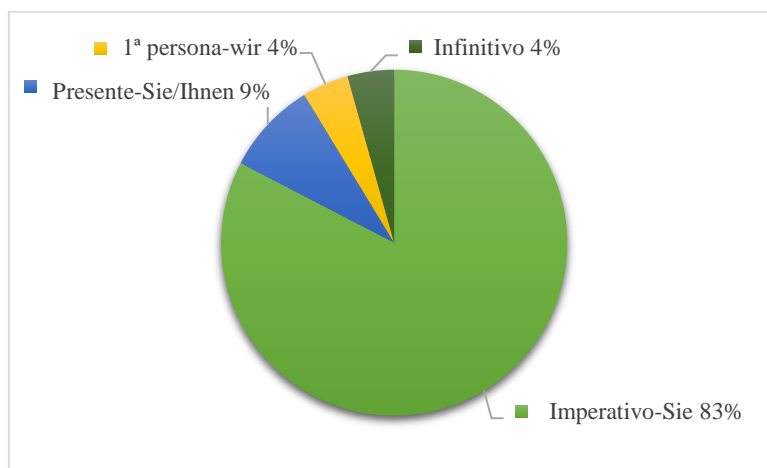


Figura 29. Estructuras verbales de paquetes léxicos de tres palabras

La Tabla 28 recoge los paquetes léxicos de cuatro palabras de KoDeHo ordenados por el *valor mixto*.

<i>Estructura</i>	<i>Paquetes léxicos de cuatro palabras en KoDeHo</i>	<i>Valor mixto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Nº documentos</i>
Forma de cortesía <i>Sie</i> con verbo en forma imperativa con valor exhortativo	<i>rufen Sie uns an</i>	89,23	70	90
	<i>freuen Sie sich auf</i>	157,12	41	84
	<i>tauchen Sie ein in</i>	162,15	25	64
	<i>überzeugen Sie sich selbst</i>	168,48	19	24
	<i>erfahren Sie mehr über</i>	177,23	66	47
	<i>genießen Sie Ihren Aufenthalt</i>	178,05	14	35
	<i>sprechen Sie uns an</i>	189,37	21	25
	<i>seien Sie unser Gast</i>	199,92	22	14
	<i>lassen Sie sich verwöhnen</i>	205,71	10	24
	<i>lassen Sie sich verzaubern</i>	235,28	21	19
	<i>buchen Sie Ihr Zimmer</i>	250,45	29	12
	<i>buchen Sie Ihr Hotel</i>	263,88	22	15
wir con verbos en presente	<i>wir freuen uns auf</i>	92,31	520	306
	<i>gerne beraten wir Sie</i>	94,49	82	38
	<i>wir freuen uns über</i>	120,47	68	49
	<i>wir beraten Sie gerne</i>	134,27	65	48
	<i>wir beraten Sie gern</i>	140,90	82	58
	<i>wir bieten unseren Gästen</i>	169,07	27	17
	<i>verwöhnen wir Sie mit</i>	171,96	50	34
	<i>gerne helfen wir Ihnen</i>	182,49	24	21
	<i>wir freuen uns darauf</i>	185,09	46	39
	<i>gerne servieren wir Ihnen</i>	188,25	24	14
	<i>wir kümmern uns um</i>	197,40	25	15
	<i>jedes Zimmer verfügt über</i>	203,15	22	16
	<i>wir würden uns freuen</i>	209	22	21
Forma de cortesía <i>Sie</i> acompañada de verbo en presente	<i>Sie haben die Wahl</i>	142,02	75	54
	<i>so erreichen Sie uns</i>	157,36	41	28
	<i>Informationen finden Sie hier</i>	163,69	38	29
	<i>verwöhnen wir Sie mit</i>	171,96	50	34
	<i>so finden Sie uns</i>	180,44	39	32
	<i>hier finden Sie uns</i>	196,23	63	47
	<i>erreichen Sie das Hotel</i>	217,89	30	21
	<i>erreichen Sie zu Fuß</i>	222	23	18
	<i>Informationen finden Sie in</i>	229,06	26	23
	<i>bei uns können Sie</i>	244,99	45	42
Otros sujetos en presente	<i>weitere Informationen erhalten Sie</i>	262,38	22	20
	<i>alle Zimmer verfügen über</i>	95,08	100	67
	<i>alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer</i>	97,78	63	26
	<i>was das Herz begehrt</i>	121,64	34	27
	<i>unser Haus verfügt über</i>	126,02	35	31
	<i>das Hotel verfügt über</i>	152,28	58	51
	<i>das sagen unsere Gäste</i>	181,65	24	22
	<i>runden das Angebot ab</i>	182,35	25	21

<i>Estructura</i>	<i>Paquetes léxicos de cuatro palabras en KoDeHo</i>	<i>Valor mixto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Nº documentos</i>
Impersonal	<i>die Zimmer verfügen über</i>	211,18	30	18
	<i>handelt es sich um</i>	213,69	30	21
	<i>lässt keine Wünsche offen</i>	84,39	42	33
	<i>ausgestattet mit einem Doppelbett</i>	113,71	53	21
	<i>Zimmer sind ausgestattet mit</i>	158,50	74	47
	<i>die Seele baumeln lassen</i>	176,22	43	30
Infinitivos	<i>wie zu Hause fühlen</i>	73,89	46	39
	<i>mit dem Auto anreisen</i>	110,48	39	34
	<i>zu Fuß zu erreichen</i>	111,75	48	41
	<i>in den Tag starten</i>	178,34	31	26

Tabla 28. Paquetes léxicos de cuatro palabras organizados por estructura verbal, con valores de frecuencia, número de documentos y *valor mixto*

Como podemos observar, la forma de cortesía *Sie* aparece de forma abundante en los sintagmas verbales, ya sea en oraciones exhortativas, donde se interpela al potencial cliente del alojamiento hotelero, ya sea en oraciones en presente en las que el hotel da un consejo o se hace una observación en la que el cliente sería el protagonista. En este sentido, Meiwes (2018: 37) observa en este hecho una estrategia promocional, en la que se apela al potencial cliente a disfrutar de los servicios ofertados. Asimismo, es predominante, aunque en menor grado, la forma del nosotros *wir*, que representa al hotel. En este sentido coincide nuestro análisis con el de Fuster-Márquez (2014). Este autor destaca el papel que desempeñan los pronombres en las páginas web hoteleras por su función comunicativa que establece entre los hosteleros, como hablante representado por un pronombre en primera persona, normalmente en plural, y el cliente, como destinatario, representado por un pronombre en segunda persona (Fuster-Márquez y Gregori-Signes, 2018). La Figura 30 muestra los porcentajes de las diferentes estructuras reconocibles en los paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo.

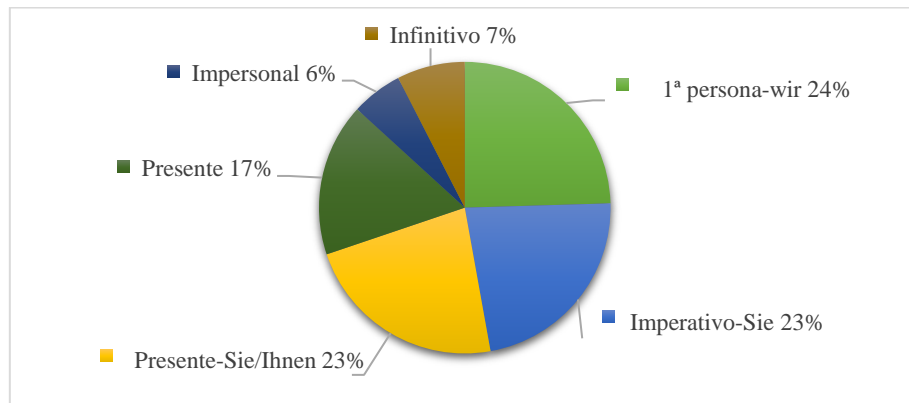


Figura 30. Estructuras verbales de paquetes de cuatro palabras en KoDeHo

Estructura	Paquetes léxicos de cinco palabras en KoDeHo	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos
Forma de cortesía Sie con verbo en forma imperativa con valor exhortativo	<i>machen Sie einen Ausflug in</i>	52,96	25	24
	<i>gönnen Sie sich eine Auszeit</i>	59,46	20	11
	<i>rufen Sie uns an unter</i>	66,58	21	12
	<i>lassen Sie sich von uns</i>	81,37	133	100
	<i>genießen Sie Ihren Aufenthalt in</i>	85,38	32	24
	<i>werfen Sie einen Blick auf</i>	86,95	20	15
	<i>schreiben Sie uns eine E-Mail</i>	88,80	20	14
	<i>werfen Sie einen Blick in</i>	93,03	19	15
	<i>buchen Sie direkt bei uns</i>	95,52	17	10
	<i>Sie haben die Wahl zwischen</i>	40,02	42	29
Forma de cortesía Sie acompañada de verbo en presente	<i>wir freuen uns auf Sie</i>	53,77	195	139
	<i>erhalten Sie an der Rezeption</i>	54,90	45	31
	<i>hier finden Sie alle Informationen</i>	55,69	27	12
	<i>Sie sind auf der Suche</i>	59,77	47	44
	<i>wir sind für Sie da</i>	66,35	37	28
	<i>wir helfen Ihnen gerne weiter</i>	76,64	16	14
	<i>haben Sie die Wahl zwischen</i>	79,48	18	17
	<i>weitere Informationen finden Sie in</i>	92,85	16	13
	<i>weitere Informationen finden Sie hier</i>	98,44	14	11
	<i>an der Rezeption erhalten Sie</i>	105,43	14	12
	<i>wir freuen uns auf Sie</i>	53,77	195	139

wir con verbos en presente	<i>wir sind für Sie da</i>	66,35	37	28
	<i>wir helfen Ihnen gerne weiter</i>	76,64	16	14
	<i>wir bitten um Ihr Verständnis</i>	89,84	14	10
Otros sujetos en presente	<i>sich wie zu Hause fühlen</i>	66,49	18	13
	<i>alle Preise verstehen sich inklusive</i>	80,02	15	13
	<i>das Hotel befindet sich auf</i>	92,98	35	21
	<i>alle unsere Zimmer verfügen über</i>	96,09	14	12
	<i>unser Hotel befindet sich in</i>	97,81	18	15
	<i>das Hotel befindet sich in</i>	103,79	15	12
Impersonal	<i>rund um die Uhr geöffnet</i>	26,65	50	37
	<i>alle Zimmer sind ausgestattet mit</i>	70,63	24	18
Infinitivos	<i>gibt es viel zu entdecken</i>	73,22	17	17
	<i>bequem zu Fuß zu erreichen</i>	88,74	14	13

Tabla 29. Paquetes léxicos de cinco palabras organizados por estructura verbal, con valores de frecuencia, número de documentos y *valor mixto*

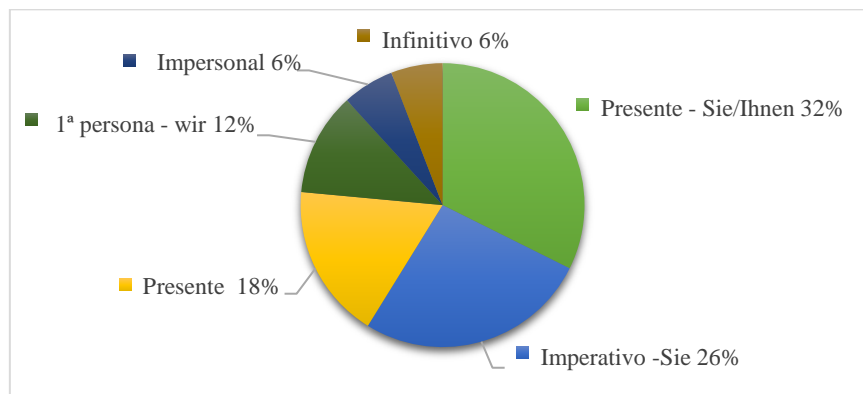


Figura 31. Estructuras verbales de paquetes de cinco palabras en KoDeHo

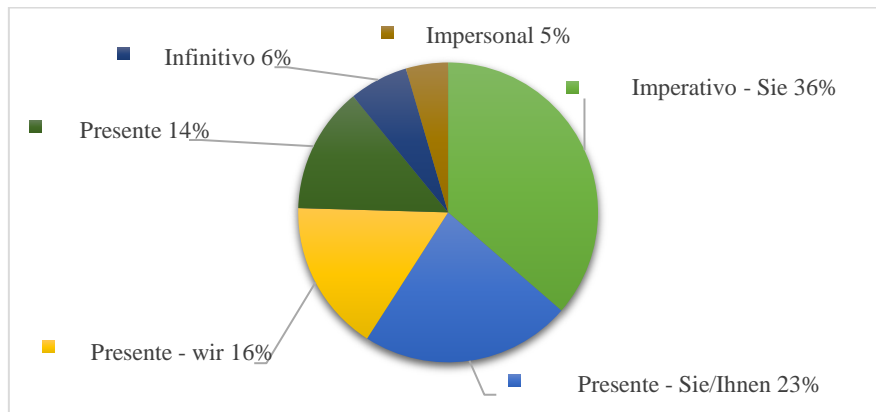


Figura 32. Estructuras verbales de paquetes de entre tres y cinco palabras en KoDeHo

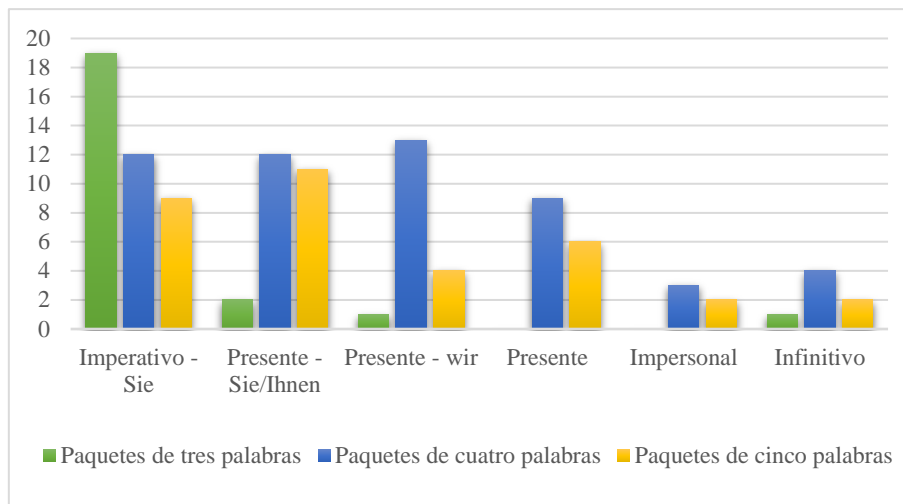


Figura 33. Estructuras verbales de paquetes léxicos de entre tres y cinco palabras

A modo de conclusión de este apartado es importante destacar los siguientes aspectos. Respecto a las estructuras verbales destacan con un 59 % aquellas que se dirigen explícitamente al potencial cliente con la forma de cortesía *Sie*, ya sea con una forma imperativa o indicativa en presente. Aunque la forma *du* también aparece en el corpus, en cambio no lo hace con recurrencia destacable, por eso no se detectaron paquetes léxicos. Asimismo, destaca la presencia de las formas presentes en primera persona, a través de la que se expresa el hotel o propietario. Las formas presentes con otros sujetos no son tan

recurrentes, sin embargo, como veremos en el apartado siguiente cumplen una función discursiva concreta. Queda señalar, además, la escasa presencia de formas impersonales y de infinitivo, relativamente frecuentes en el alemán general.

El apartado siguiente aborda la clasificación de los paquetes léxicos seleccionados en base a criterios semántico-funcionales y, asimismo, se analizan las correspondencias entre las funciones desempeñadas por los paquetes léxicos con las estructuras aquí analizadas del corpus KoDeHo.

7.3.2. Clasificación semántico-funcional de los paquetes léxicos

La clasificación semántico-funcional es un elemento relevante en nuestro trabajo, dada la utilidad posterior del listado de paquetes léxicos característicos en estos textos, que presentamos. Desde el punto de vista didáctico el análisis funcional es esencial. Estamos de acuerdo con Salazar (2011: 118) en que el hecho de que los paquetes puedan utilizarse para “hacer cosas”, en este caso, describir el hotel, su entorno, sus servicios, etc., da suficiente incentivo para enseñar y aprender estas expresiones, convenientemente didactizadas.

Fuster-Márquez y Pennock (2015) observan que en páginas web hoteleras en inglés predominan las funciones referencial y postural o de evaluación, frente a las secuencias organizadoras del discurso, que apenas son significativas. La Tabla 30 muestra los porcentajes de los paquetes de cuatro palabras que desempeñan dichas tres funciones en COMETVAL y en nuestro corpus KoDeHo. Como se observa, la escasa frecuencia de organizadores discursivos es un común denominador en ambos corpus, tanto para el inglés como para el alemán. En cambio, los paquetes clasificados con una función de expresión de postura o de opinión son mayoritarios en COMETVAL (50,4 %), mientras que en KoDeHo son los paquetes referenciales los más abundantes (69 %) a diferencia de su presencia en COMETVAL (45,1 %). Estas pueden deberse a que el corpus analizado por estos autores incluye además de los promocionales textos de las páginas web hoteleras denominados transaccionales, que nosotros hemos descartado.

Función	COMETVAL	KoDeHo
De postura u opinión	50,4 %	30 %
Organizadora del discurso	4,4 %	1 %
Referencial	45,1 %	69 %

Tabla 30. Comparación de paquetes léxicos organizados por función entre COMETVAL y KoDeHo

Dada la escasa presencia de paquetes léxicos organizadores del discurso, en nuestro análisis hemos optado por distinguir dos grupos semántico-funcionales de paquetes léxicos, a saber, referenciales y comunicativos, con una subclasificación que se describirá en los apartados siguientes (§6.4.2.). Con el objetivo de analizar los paquetes léxicos, de entre tres y cinco palabras de KoDeHo en su cotexto y determinar las funciones específicas que realizan, se ha empleado la herramienta de concordancia en la plataforma *Sketch Engine*.

Al igual que otros estudios sobre paquetes léxicos en discursos especializados (Biber et al., 2004; Simpson-Vlach y Ellis, 2010; Salazar, 2011), se ha observado el carácter multifuncional de algunos de ellos. La Figura 34 muestra cómo la mayoría de ellos tienen una función referencial (76 %) frente a aquellos con función comunicativa (23 %) y aquellos que poseen una función estructural, cuyo porcentaje (1 %) es muy poco relevante.

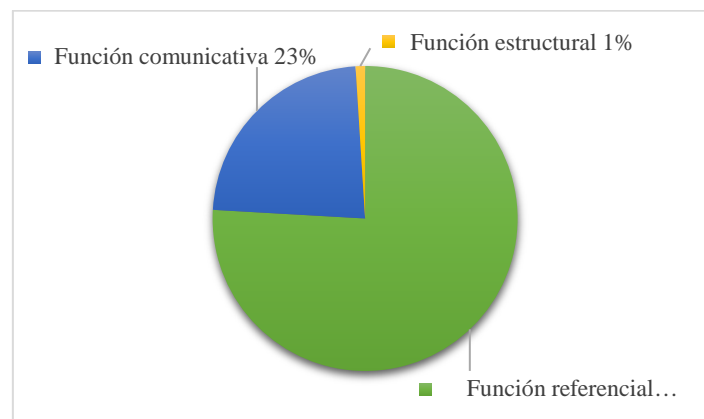


Figura 34. Porcentaje de funciones paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo

La Figura 35 muestra una comparativa entre el porcentaje de paquetes léxicos de cada grupo, es decir, de tres, cuatro y cinco palabras respectivamente, que desempeñan las macro funciones señaladas. Como se puede apreciar, la función referencial es mayoritaria en todos los grupos de paquetes léxicos. Cabe señalar que, a medida que el paquete es de mayor tamaño, la función referencial descende en favor de los paquetes con una función comunicativa. Por otro lado, observamos que los paquetes que tienen una función estructural son residuales en los grupos de tres y cuatro palabras, mientras que no tienen representación alguna en los de cinco.

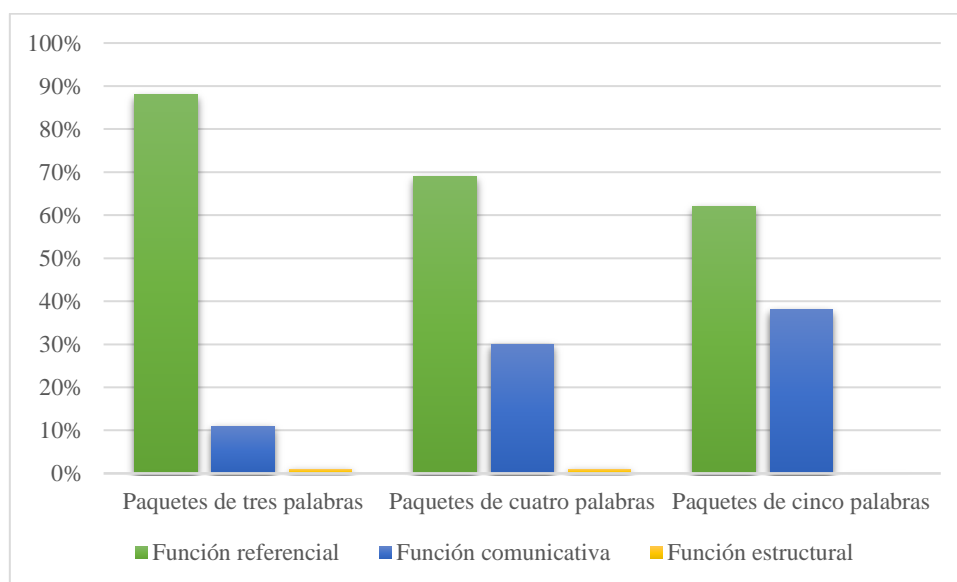


Figura 35. Porcentajes comparados de las funciones de los paquetes léxico según tamaño

A modo de conclusión sobre esta primera clasificación funcional de los paquetes léxicos objeto de estudio, señalar que hemos adoptado básicamente la clasificación que Biber et al. (2004) adopta sobre paquetes léxicos en diferentes registros y que Fuster-Márquez (2014) y Fuster-Márquez y Pennock (2015) adaptan para categorizar los mismos en páginas web hoteleras en inglés. Estas funciones básicas las hemos denominado

referencial y comunicativa, dejando al margen la función estructuradora del discurso, dada su escasa representación en KoDeHo. Asimismo hemos observado la relevancia de la función referencial, la cual disminuye ligeramente cuanto más grande es el paquete léxico, y resulta inversamente proporcional a la función comunicativa, la cual está más presente cuanto más extenso es el paquete léxico. Una vez clasificados los paquetes según estas macrofunciones, es necesario establecer una subclasificación para concretar aún más su funcionalidad. Este análisis se muestra en los siguientes apartados.

7.3.2.1. *Función referencial de los paquetes léxicos en KoDeHo*

Hemos agrupado como referenciales aquellos paquetes que de forma general se relacionan con objetos, procesos, hechos de la realidad, físicos o abstractos. Las funciones referenciales que hemos agrupado por ser las más frecuentes son las siguientes: local, temporal, modal, final, referencia al equipamiento, referencia a los servicios, cantidad y calidad. Entre ellas incluimos criterios semánticos generales con otros que son propios de estos textos. Pese al carácter fragmentario de los paquetes, sin embargo, sí que es posible identificar aspectos semántico-funcionales ligados a un conjunto de ellos, característicos del discurso de las páginas web hoteleras.

Es importante señalar que hemos observado un carácter multifuncional de algunos paquetes, como por ejemplo *nur wenige Gehminuten entfernt*, el cual tiene una referencia literal temporal, pero con una función local, pues sirve al hotel para localizarlo respecto a un lugar de interés para un cliente potencial. En este punto coincidimos con las observaciones de Biber et al. (2004: 383) que señalan que un mismo paquete léxico puede desempeñar diferentes funciones en diferentes contextos y proponen clasificarlos según su uso más común. En nuestro caso, a partir de examinar el cotexto de cada uno de ellos, hemos determinado una función principal y otra secundaria, como se puede ver en las tablas recogidas en el anexo. No obstante, coincidimos con la dificultad que señala Salazar (2011: 101) en la determinación exacta de estas funciones, dado que en ocasiones encontramos funciones superpuestas o incluso algunas poco recurrentes, que no son por ello menos pragmáticas.

La Figura 36 muestra el porcentaje de paquetes de tres a cinco palabras en su conjunto que desempeñan cada una de las funciones referenciales. Como se puede observar en el conjunto de paquetes léxicos predomina la expresión de la localización. Un 32 % de los mismos expresan lugar, ya sea la localización del hotel respecto a zonas de atracción turística u otros servicios, o en el mismo hotel en relación a los espacios en su interior. En segundo lugar destacan los paquetes léxicos que se refieren al modo o procedimiento (18 %) y los que hacen referencia a los servicios que ofrece el hotel (18 %). A continuación hemos identificado los paquetes cuya función es describir el equipamiento y las instalaciones del hotel (10 %). Si consideramos agrupados los paquetes que describen el equipamiento y los servicios, alcanzan un 28 % del total. Por tanto, podemos considerar que las funciones prevalentes de los paquetes en KoDeHo son la localización, la descripción del equipamiento y servicios, y la expresión del modo en que estos se ofrecen. Esta última está relacionada con opciones y posibilidades, que permiten expresar la flexibilidad y la capacidad de adaptación del hotel a las necesidades del potencial cliente. Esto se justifica dada la funcionalidad del soporte, como medio de describir los servicios con un componente de subjetividad que beneficia a sus intereses. En menos proporción hemos encontrado paquetes que expresan temporalidad (10 %), finalidad (5 %), calidad (1 %) o cantidad (6 %), los cuales son elementos necesarios en toda página web hotelera en alemán. Por tanto, no hemos tenido en cuenta la expresión de la temporalidad a través de las horas o de las cantidades a través de números, en todo caso, estas secuencias serían consideradas como marcos frasales.

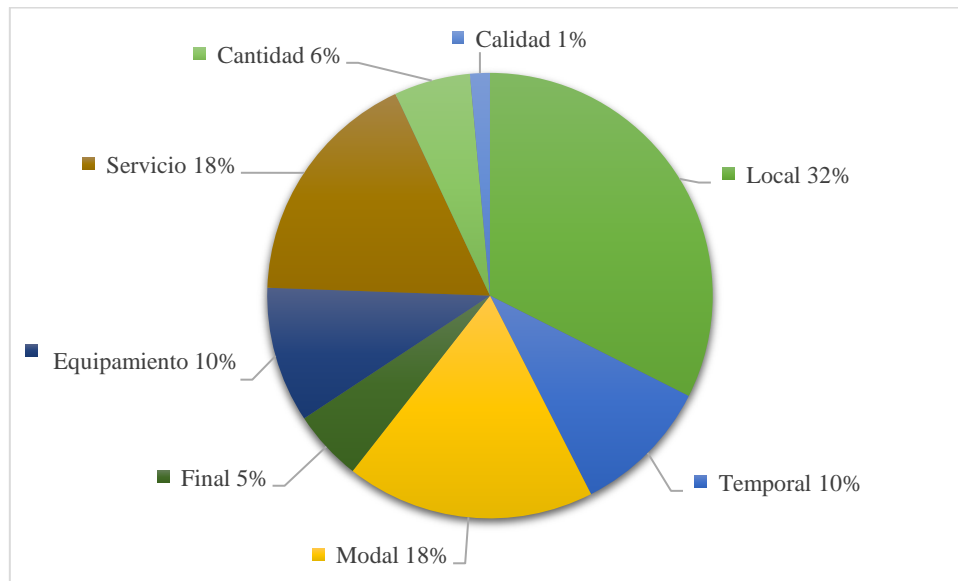


Figura 36. Funciones referenciales de los paquetes léxicos de tres a cinco palabras en KoDeHo

Respecto a los paquetes de tres palabras que indican localización vemos que en su mayoría tienen la misma estructura, a saber, la de un sintagma preposicional compuesto por preposición, determinante y sustantivo.

En cuanto a la localización quedan reflejados tres aspectos discursivos relevantes en el ámbito de la hostelería: la localización del hotel, las diferentes dependencias del mismo y la procedencia, ya sea de los clientes o de los proveedores del hotel.

1. La localización del hotel en la ciudad la podemos subdividir en tres ámbitos:
 - 1.a. Aquellos paquetes que destacan su emplazamiento respecto a un lugar de interés turístico en general y al centro de la ciudad en particular:
 - (1) *Nur wenige Gehminuten vom Hotel entfernt, erwartet Sie die historische Altstadt von Innsbruck.*
 - (2) *Das Stadthotel ASTORIA - Ihr kleines exklusives Hotel im Herzen der Stadt Salzburg, heißt Sie herzlich Willkommen!*

1.b. Aquellos que expresan la localización de manera indirecta, destacando las vistas desde el hotel:

- (3) Typisch sind auch die hohen Räume in den unteren Etagen, während die oberen Stockwerke Mansardencharakter mit niedrigen Decken aufweisen und einen einzigartigen *Blick über die Dächer* von Zürich bieten.
- (4) Die Executive Suiten bieten *mit Blick auf* die Innenstadt genau den Freiraum, den man sich in der Hektik der Metropole zum Entspannen wünscht.

1.c. Y por último aquellos paquetes que destacan la cercanía a realizar actividades turísticas y de ocio:

- (5) *Der ideale Ausgangspunkt*, um die Vielfalt der Metropole und Trendstadt Berlin zu erkunden und zu genießen.
- (6) Das Hotel liegt an der Schiffände und damit *ganz in der Nähe* des Sees, des Theaters, der Oper und mehrerer Museen.

2. Procedencia: al respecto destaca la expresión de la procedencia de los turistas *aus aller Welt*, o de los productos ofrecidos en el hotel *aus der Region*.

- (7) Unser bezaubernder Garten im Hof des KING's Hotels Center ist ein beliebter Ort für unsere Gäste *aus aller Welt*.
- (8) Jeden Morgen findest du hier unser leckeres Bio-Frühstücksbuffett mit vielen Leckereien *aus der Region*.

3. Dependencias del hotel:

- (9) *An der Rezeption erhalten Sie* Stadtpläne von Freiburg.
- (10) Jedes der 217 Zimmer wurde nach einem Schauspieler oder Regisseur benannt und *im gesamten Haus* stößt man auf Filmrequisiten aus dem Fundus des Besitzers und Filmproduzenten Artur Brauner sowie auf original Setfotos aus den 50-iger und 60-iger Jahren des internationalen Films.

4. Entorno directo del hotel:

- (11) Das Parkhotel liegt mitten im Zentrum von Eisenstadt, *in unmittelbarer Nähe* zum Schloss Esterhazy und gleich neben der Fußgängerzone.
- (12) Mit der U-Bahnhaltestelle *direkt vor der Tür* sind alle Ecken der Stadt bequem zu erreichen.
5. La ciudad o parte de ella:
- (13) Unabhängig von Witterungsbedingungen kann man durch die insgesamt 6 Kilometer Arkaden *in der Altstadt von Bern* spazieren.
- (14) Immer in Ihrer Nähe Unser Hotel ist zentral gelegen zwischen *der historischen Altstadt* Dresdens und dem Flughafen und ist die richtige Wahl für Ihre Reise.
6. Otros:
- (15) Sie können sich gern dazu bei unserer Reservierung beraten lassen oder Online auf unserer Website buchen.

La Tabla 31 recoge los paquetes léxicos referenciales de entre tres y cinco palabras en KoDeHo, que expresan localización. Los paquetes están agrupados por los diferentes aspectos a los que se refiere dicha localización ordenados por el *valor mixto*, resultado de tener en cuenta la frecuencia absoluta de cada uno, el número de documentos en los que aparece, el valor MI y el valor que pone en relación las frecuencias absolutas y relativas de nuestro corpus y el corpus de referencia de alemán general tomado (§6.2.3).

Tipo de localización		Paquete léxico
1. Localización del hotel	1.a. Entorno directo del hotel	<i>Entfernung vom Hotel, die zentrale Lage, nur wenige Schritte vom, vom Hotel entfernt, in zentraler Lage, Hotel im Zentrum, mitten in der Stadt. im Zentrum von, im Herzen der, im Herzen der Stadt, mitten in der Altstadt, im Zentrum der Stadt, durch die zentrale Lage, wenige Gehminuten vom Hotel entfernt</i>
	1.b. Localización estratégica de acceso	<i>über den Dächern, über die Dächer, mit Blick auf, auf die Stadt, mit Blick über, über den Dächern von, Blick über die Dächer, Blick auf die Stadt, Blick über die Stadt, über den Dächern der Stadt</i>
	1.c. Localización óptima para estancia activa en la ciudad	<i>der ideale Ausgangspunkt, nur wenige Schritte, über die Dächer, der ideale Ausgangspunkt für, ein idealer Ausgangspunkt für, ganz in der Nähe, nur wenige Gehminuten entfernt, nur ein paar Schritte, in der Nähe unseres Hotels</i>

Tipo de localización	Paquete léxico
2. Procedencia	<i>aus aller Welt, aus der Region. aus der ganzen Welt, Gäste aus aller Welt</i>
3. Lugares o dependencias del hotel	<i>in allen Zimmern, an der Rezeption, auf dem Zimmer, in unserem Restaurant, in allen Bereichen, in jedem Zimmer, auf der Terrasse, in der Lobby, an unserer Rezeption, an der Bar, in den Zimmern, in der Tiefgarage, in allen Zimmer, an der Hotelbar, an unserer Hotelbar, in der Bar, in der Sauna, im Zimmer der Eltern, in den öffentlichen Bereichen, in allen Bereichen des Hotels, bei uns an der Rezeption,</i>
4. El hotel como lugar	<i>Aufenthalt bei uns, in unserem Haus, im gesamten Hotel, im ganzen Haus, Zuhause auf Zeit, in unserem Hotel, im gesamten Haus, direkt im Hotel, von unserem Hotel, im ganzen Hotel, der ideale Ort, zu unserem Hotel, einen angenehmen Aufenthalt in, Aufenthalt in unserem Hotel, Aufenthalt in unserem Haus, rund um das Hotel, bei uns im Haus, bei uns im Hotel, immer für Sie da, bei uns können Sie, der perfekte Ort für, das Hotel befindet sich auf, unser Hotel befindet sich in, das Hotel befindet sich in, direkt bei uns.</i>
5. La ciudad o parte de ella	<i>Sehenswürdigkeiten der Stadt, der historischen Altstadt, in der Hauptstadt, durch die Stadt, in der City, in der Stadt, in der Altstadt, die historische Altstadt, in der Innenstadt, Kunst und Kultur, Tradition und Moderne, Wahrzeichen der Stadt, in der Altstadt von, in der Innenstadt von.</i>
6. Otros	<i>in die Welt, auf unserer Website</i>

Tabla 31. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan localización

A la vista de los datos del corpus, la expresión de la localización es, por tanto, una de las informaciones más relevantes en el discurso de las páginas web hoteleras en alemán. Esteban-Fonollosa (2020: 162) destaca cómo determinadas secuencias que expresan localización del hotel respecto al centro de la ciudad, como *im Herzen von* o *im Zentrum von* entre otras, no solo las encontramos en la sección específica relativa a esta información, sino en otras secciones como es la página de inicio, donde se muestran las características más importantes del hotel de forma compacta. De esta manera se intenta persuadir al cliente potencial sobre las bondades del establecimiento hotelero, dado que una buena localización es un gran atractivo para el cliente potencial. Meiweis (2018: 28 y ss.) señala cómo la página web hotelera adelanta el apego del potencial cliente con el lugar de destino, además de permitirle situarse de forma anticipada a este. En este sentido,

Chierichetti, Garofalo y Mapelli (2019: 4) considera que “los recursos léxico-gramaticales y retóricos de la comunicación turística están profundamente moldeados por el escenario físico, cultural y social en el que se promociona o se realiza la experiencia del viaje”.

Respecto a los paquetes léxicos que expresan temporalidad hemos realizado la siguiente clasificación (Tabla 32):

1. Referencia a lapsos de tiempo:

- (16) Ob Hauptbahnhof, Messe, Shoppingtour, Sehenswürdigkeiten oder Bankenviertel, Sie können alles *in wenigen Minuten zu Fuß* erreichen.
- (17) Wir sind *rund um die Uhr* für unsere Gäste da und bieten Ihnen eine individuelle Betreuung in familiärer Atmosphäre.

2. Periodicidad: *täglich rund um die Uhr*

- (18) Check-in Die Rezeption ist *täglich rund um die Uhr* geöffnet.

3. Inmediatez:

- (19) *In nur wenigen Gehminuten* sind Sie in der Innenstadt mit den vielen Geschäften und Restaurants.

4. Anterioridad:

- (20) *In den letzten Jahren* sind uns die Radlergäste besonders ans Herz gewachsen.
- (21) Auch schon *vor Ihrer Anreise* sind wir Ihnen gerne bei der Planung Ihres Aufenthalts behilflich.

5. Posterioridad:

- (22) Ob Sie als Urlauber die hanseatische Stadt mit ihren Sehenswürdigkeiten und Einkaufspassagen besichtigen möchten oder als Geschäftsreisender *nach einem anstrengenden Tag* sich in Ihrem Zimmer ausruhen möchten?

- (23) *Nach einem erlebnisreichen Tag* heißt Sie unser Team wieder herzlich willkommen!

6. Simultaneidad:

- (24) Mit unserer langjährigen Expertise und Liebe zum Detail stehen wir Ihnen gerne beratend zur Seite und unterstützen Sie *bei der Planung*.
- (25) Unser Team ist nicht nur *während Ihres Aufenthalts* persönlich für Sie da, sondern hat schon vorher ein offenes Ohr für Ihre Fragen und Wünsche.

7. Tiempo indeterminado:

- (26) Seit über 150 Jahren sind wir für Gäste aus aller Welt ein gehobenes und herzliches *Zuhause auf Zeit*.
- (27) Der wahre Luxus liegt nicht nur im aufwendigen Mobiliar oder der Gestaltung des Hauses, sondern auch *in der Zeit* und Aufmerksamkeit und Herzlichkeit, die wir Ihnen als Gast widmen.

Tipo de temporalización	Paquetes léxicos
1. Referencia a lapsos de tiempo	<i>in wenigen Minuten, Samstag und Sonntag, in den Tag, nur wenige Minuten, Person und Tag, das ganze Jahr, das ganze Jahr über, rund um die Uhr, in den Tag starten, in nur wenigen Minuten, in den letzten Jahren, in nur wenigen Gehminuten, immer für Sie da, rund um die Uhr geöffnet, Anreise am Freitag oder Samstag, rund um die Uhr besetzt</i>
2. Periodicidad	<i>täglich rund um die Uhr</i>
3. Inmediatez	<i>in nur wenigen Minuten, in nur wenigen Gehminuten, in wenigen Minuten zu Fuß</i>
4. Anterioridad	<i>vor Ihrer Anreise, in den letzten Jahren</i>
5. Posterioridad	<i>nach einem erlebnisreichen Tag, nach einem ereignisreichen Tag, nach einem langen Tag</i>
6. Simultaneidad	<i>bei der Planung, bei schönem Wetter, bei der Reservierung, während Ihres Aufenthaltes, während Ihres Aufenthalts, bei der Planung und Durchführung, bei der Planung Ihrer Veranstaltung</i>
7. Tiempo indeterminado	<i>Zuhause auf Zeit, in der Zeit, in der Zeit von, eine Auszeit vom Alltag</i>

Tabla 32. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan temporalización

Además de los paquetes léxicos que expresan la deixis de espacio (32 %) y tiempo (10 %), destacan aquellos paquetes léxicos que expresan modo o manera (18 %) y que hacen alusión a diversos referentes: los precios, el acceso al hotel y a los servicios (Tabla 33).

1. Modo respecto a los precios:

- (28) *Alle Preise pro Zimmer und Nacht, Frühstück inkludiert.*
- (29) *Ein Kind bis 12 Jahre übernachtet kostenfrei im Zimmer der Eltern, auch das Frühstück ist für Ihren Nachwuchs gratis.*

2. Modo de acceso al hotel:

- (30) *Dank der zentralen Lage sind wir vom Stadtzentrum und Hauptbahnhof schnell mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen.*
- (31) *Die wichtigsten Sehenswürdigkeiten Hannovers können Sie bequem zu Fuß erkunden.*

3. A los servicios del hotel:

- (32) *Unsere Einzelzimmer der Kategorie Orange Classic haben wir mit viel Liebe zum Detail eingerichtet.*
- (33) *Wenn Sie komfortables Ambiente schätzen, werden Sie sich bei uns wie zu Hause fühlen.*

Tipo de modo	Paquetes léxicos
1. Modo respecto a los precios	<i>Preis pro Person, Preise pro Zimmer, pro Person und Tag, pro Person und Nacht, pro Zimmer und Nacht, pro Person im Doppelzimmer, pro Nacht und Zimmer, kostenfrei im Bett der Eltern, kostenlos im Zimmer der Eltern, kostenfrei im Zimmer der Eltern, alle Preise verstehen sich inklusive.</i>
2. Modo de acceso al hotel	<i>bequem zu Fuß, mit öffentlichen Verkehrsmitteln, mit dem Auto, mit dem Bus, mit öffentlichen Verkehrsmittel, mit dem Fahrrad, mit dem Zug, mit dem Flugzeug, schnell und bequem, mit dem Taxi, mit der Straßenbahn, mit dem PKW, mit der U-Bahn, mit der Bahn, mit dem</i>

Tipo de modo	Paquetes léxicos
	<i>Rad, mit der S-Bahn, Anreise mit dem Flugzeug, mit dem Auto anreisen, zu Fuß zu erreichen, Anfahrt mit dem Auto, mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, Anreise mit der Bahn, mit den öffentlichen Verkehrsmittel, Anreise mit dem Auto, bequem zu Fuß zu erreichen.</i>
3. Modo de los servicios del hotel	<i>Liebe zum Detail, viel Liebe zum Detail, mit Rat und Tat, gegen eine Gebühr von, auf Anfrage und Verfügbarkeit, für Groß und Klein, mit Liebe zum Detail, auf Anfrage und nach Verfügbarkeit, mit viel Liebe zum Detail, nichts mehr im Wege, wie zu Hause, so angenehm wie möglich, sich wie zu Hause fühlen, Aufenthalt so angenehm wie möglich, je nach Verfügbarkeit, nach Wahl des Küchenchefs, nach Lust und Laune, auf einen Blick, in Verbindung mit, in Kombination mit, auf der Suche nach, von seiner schönsten Seite</i>

Tabla 33. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan modo

Un grupo más reducido de paquetes tiene carácter final (5 %), ya sea en referencia al cliente, o las promesas relacionadas con la oferta de servicios del hotel (Tabla 34).

1. Cliente potencial:

- (34) Mit ihrem komfortablen Wohnbereich bietet unsere Familien Suite eine wunderbar geräumige Umgebung *für die ganze Familie.*
- (35) Wir sind sicher, es ist *für jeden Geschmack etwas dabei.*

2 Promesa del hotel:

- (36) In der Lobby bieten wir viele Möglichkeiten wie Nischen und Sessel, wo du *die Seele baumeln lassen* kannst.
- (37) Unser reichhaltiges Frühstücksbuffet sorgt *für einen guten Start in den Tag.*

3. Otros:

- (38) Im Zimmerpreis enthalten ist das Ticket *für die öffentlichen Verkehrsmittel* in Hamburg für 3 Tage.

Tipo de finalidad	Paquetes léxicos
1. Cliente potencial	<i>für unsere Gäste, für jeden Geschmack, für die ganze Familie, für jeden Geschmack etwas dabei</i>
2. Promesa del hotel	<i>zu einem unvergesslichen Erlebnis, für einen angenehmen Aufenthalt, für einen längeren Aufenthalt, für jeden etwas dabei, die Seele baumeln lassen, und vieles mehr, für jeden Anlass, für einen guten Start in, den idealen Rahmen für</i>
3. Otros	<i>für die öffentlichen Verkehrsmittel</i>

Tabla 34. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan finalidad

Hemos decidido establecer una diferenciación entre el equipamiento y los servicios del hotel, referido al aspecto material a disposición del cliente y descripción referida tanto a la habitación, al baño y al hotel en general (Tabla 35). Fuster-Márquez los engloba en un mismo grupo de paquetes léxicos.

1. Habitación:

- (39) *Alle Zimmer verfügen über modernen Komfort wie Telefon, TV, Dusche und WC, Föhn, Schreibtisch und freies WLAN.*
- (40) *Den Abdeck- und erstklassigen Schuhputzservice sowie eine 0,5-Liter Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer gibt es gratis für Sie dazu.*

2. Baño:

- (41) *Die Zimmer sind liebevoll restauriert und komfortabel mit TV, Telefon, Minibar, Dusche oder Badewanne, WC und Fön ausgestattet.*
- (42) *Oder Sie schlüpfen in Bademantel und Slipper, die in Ihrem Zimmer für Sie bereitliegen, und nehmen eine kleine Auszeit im Wohlfühlbereich.*

3. Hotel:

- (43) *Unser Haus verfügt über neu umgebaute Zimmer mit neuem Badezimmer und grosszügig gestalteten Räumen.*
- (44) *Genießen Sie unbegrenzt und kostenlos Luft und WLAN im gesamten Hotel.*

Equipamiento	Paquetes léxicos
1. Habitación	<i>mit einem Doppelbett, Ausstattung der Zimmer, Flachbildfernseher mit Kabel-TV, alle Zimmer verfügen über, alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer, ausgestattet mit einem Doppelbett, Zimmer sind ausgestattet mit, jedes Zimmer verfügt über, mit einer Größe von, die Zimmer verfügen über, alle Zimmer sind ausgestattet mit, alle unsere Zimmer verfügen über, Telefon mit Anrufbeantworter, Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer, Bügeleisen und Bügelbrett</i>
2. Baño	<i>Badewanne oder Dusche, Dusche oder Badewanne, Badezimmer mit Dusche, Bad mit Dusche, Badezimmer mit Badewanne, Dusche oder Bad, Bad oder Dusche, Dusche und WC, Bademantel und Slipper, Bad mit Badewanne, Badezimmer mit Bad, Dusche und Badewanne, mit Dusche oder Badewanne, mit Badewanne oder Dusche, mit Bad oder Dusche, mit Dusche und WC, mit Dusche oder Bad, ein Bad mit Dusche, mit Dusche und Badewanne, Badezimmer mit Dusche oder Badewanne, Badezimmer mit Dusche und WC, Badezimmer mit Badewanne oder Dusche, Bad mit Dusche und WC, Dusche oder Badewanne und WC</i>
3. Hotel	<i>unser Haus verfügt über, das Hotel verfügt über, WLAN im gesamten Hotel, WLAN im ganzen Haus</i>

Tabla 35. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan equipamiento

Los servicios son aquellos bienes inmateriales que una empresa ofrece a sus clientes, en este caso, el establecimiento hotelero. Al respecto hemos diferenciado los que hacen referencia a la oferta de servicios, a promesas inmateriales, a la manutención y a otros locales integrados en el propio hotel (Tabla 36).

1. Oferta:

- (45) *Natürlich stellen wir Ihnen auch ein individuelles Angebot zusammen.*

- (46) In dieser Kategorie vergeben wir sowohl reine Einzelzimmer mit ruhiger Hoflage als auch unsere Economy *Doppelzimmer zur Einzelnutzung*.

2. Promesas:

- (47) Der romantische Innenhof bietet alles *was das Herz begehrt*.
- (48) Wenn Sie es ganz besonders luxuriös mögen, stehen Ihnen 2 geräumige Suiten zur Verfügung, die einen Hotelaufenthalt *auf höchstem Niveau* garantieren.

3. Manutención:

- (49) Alle Preise gelten pro Nacht und Zimmer und beinhalten unser abwechslungsreiches *Frühstück vom Buffet*, Bedienung und die gesetzliche Mehrwertsteuer.
- (50) Bitte unsere Crew, dir bei der Erkundung der Stadt zu helfen, oder entspanne dich in der Lobby, wo es rund um die Uhr *Essen und Trinken* gibt.

4. Otros servicios:

- (51) Abends lockt die Altstadt mit zahlreichen *Restaurants und Bars* – bieten Sie Ihren Kollegen und Partnern Möglichkeiten zum Netzwerken!

Servicio	Paquetes léxicos
1. Oferta	<i>Aufenthalt im Hotel, ein individuelles Angebot, zur Verfügung gestellt, eine Auswahl an, ein individuelles Angebot für, Person im Doppelzimmer, Familien mit Kind, Familien mit Kindern, mit der Familie, mit der ganzen Familie, Tagungen und Veranstaltungen, unsere Tagungen und Veranstaltungen, runden das Angebot ab, Übernachtungen im Doppelzimmer, Zimmer im Hotel, Übernachtung im Doppelzimmer, Doppelzimmer zur Einzelnutzung</i>
2. Promesas	<i>Start in den Tag, was das Herz begehrt, guten Start in den Tag, perfekten Start in den Tag, auf höchstem Niveau</i>
3. Manutención	<i>Frühstück vom Buffet, Speisen und Getränke, Kaffee und Tee, Tee und Kaffee, unser reichhaltiges Frühstücksbuffet, eine Flasche Mineralwasser, ein reichhaltiges Frühstücksbuffet, Kaffee oder Tee,</i>

Servicio	Paquetes léxicos
	<i>unser reichhaltiges Frühstück, ein reichhaltiges Frühstück, Essen und Trinken, Frühstück im Hotel, reichhaltiges Frühstück vom Buffet, mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet, mit einem reichhaltigen Frühstück</i>
4. Otros servicios	<i>Restaurants und Bars, unsere Restaurants und Bars</i>

Tabla 36. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan servicios

Por último tenemos que citar otro grupo muy reducido de paquetes que expresan cantidad: *eine Vielzahl an, in Höhe von, nur ein paar, zum Preis von, eine große Auswahl, weitere Informationen zu, im Wert von.*

- (52) *Eine große Auswahl* an Büchern und Gesellschaftsspielen sowie eine Auswahl an kalten und warmen Getränken, erhalten Sie rund um die Uhr.
- (53) Bitte beachten Sie, dass wir ein Schlüsselpfand *in Höhe von* 20,00 Euro erheben.

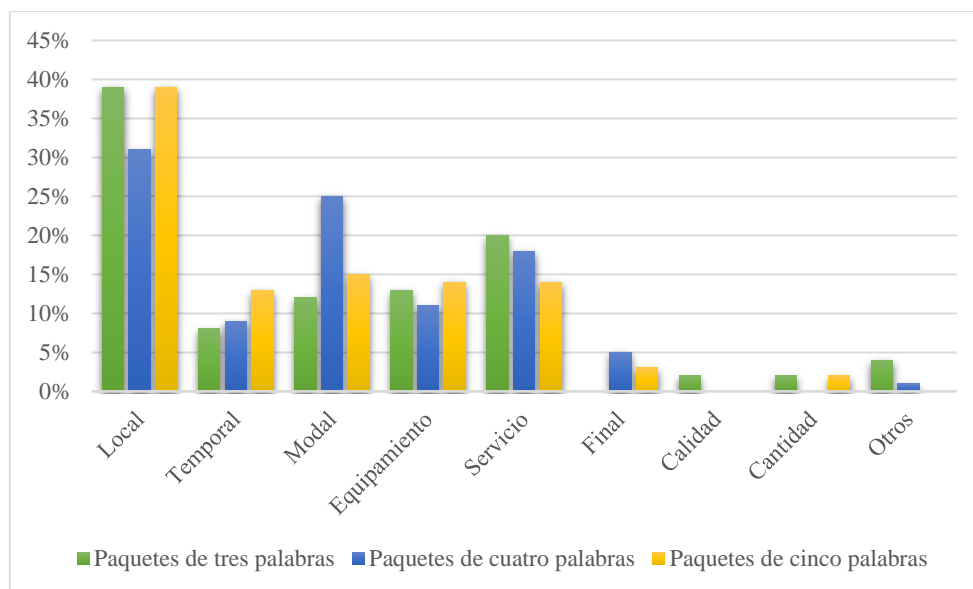


Figura 37. Perfil semántico-funcional de paquetes léxicos según el tamaño

Respecto a los paquetes léxicos referenciales podemos concluir afirmando que la función más destacable es la de expresar localización, seguido de la descripción de los servicios y del equipamiento, junto a la expresión del modo y manera de ofrecer los servicios el alojamiento hotelero, o el modo de acceso al mismo.

En lo referente a la expresión de la referencia local, destaca la localización del hotel respecto de los lugares de interés turístico en general, y del centro de la ciudad, en particular, debido al carácter de nuestro corpus.

La expresión de la temporalidad es algo secundaria a través de paquetes, es decir, de estas secuencias continuas frecuentes. Además hemos observado que la expresión de la finalidad, cantidad o la calidad es residual en nuestro corpus.

7.3.2.2. *Función comunicativa de los paquetes léxicos en KoDeHo*

La función comunicativa está en relación con la expresión de juicios y valoraciones, además de la apelación al lector, cliente potencial de las páginas web hoteleras (§6.3.2.2.). Esta función está fuertemente ligada a la forma en cuanto a la presencia de pronombres.

1. Entre las indicaciones al potencial cliente observamos:

- Referidos a indicaciones para acceder al hotel: *biegen Sie links, biegen Sie rechts*

(54) An der Ampelkreuzung am Musicaltheater *biegen Sie links* in die "Schönaustrasse" ab.

- Incitadores a una visita y a reservar: *besuchen Sie uns, buchen Sie direkt, buchen Sie jetzt, sichern Sie sich, wählen Sie aus, zögern Sie nicht, seien Sie unser Gast, überzeugen Sie sich selbst*

(55) Bitte *zögern Sie nicht*, unser Team um Hilfe zu bitten.

- Paquetes que ofrecen contacto directo, información: *erfahren Sie mehr, fragen Sie uns, informieren Sie sich, kontaktieren Sie uns, schreiben Sie uns, rufen Sie uns an, sprechen Sie uns an, rufen Sie uns an unter,*

schreiben Sie uns eine E-Mail, werfen Sie einen Blick auf, werfen Sie einen Blick in

(56) *Schreiben Sie uns oder rufen Sie an.*

(57) *Werfen Sie einen Blick auf unsere Zimmer sowie die Lounge.*

- Paquetes que hacen propuestas a modo de promesas sobre beneficios para el cliente si contrata los servicios del hotel: *entspannen Sie sich, lassen Sie sich, profitieren Sie von, Tauchen Sie ein, lassen Sie sich verwöhnen, lassen Sie sich verzaubern, tauchen Sie ein in, genießen Sie Ihren Aufenthalt in, gönnen Sie sich eine Auszeit, lassen Sie sich von uns, machen Sie einen Ausflug in*

(58) *Lassen Sie sich verwöhnen und entfliehen Sie dem Alltag.*

(59) *Gönnen Sie sich eine Auszeit und tanken Sie neue Energie.*

2. Sujeto wir:

- Servicio: *wir bieten Ihnen, gerne servieren wir Ihnen, wir bieten unseren Gästen, wir kümmern uns um, verwöhnen wir Sie mit, wir sind für Sie da*

(60) *Wir bieten unseren Gästen einen perfekten Ausgangspunkt für jede Hamburgreise, denn unser Hotel liegt direkt im historischen Stadtkern.*

(61) *Wir kümmern uns um Sie mit familiärem Service und persönlicher Betreuung.*

- Consejo: *gerne beraten wir Sie, gerne helfen wir Ihnen, wir beraten Sie gern, wir beraten Sie gerne, wir helfen Ihnen gerne weiter*

(62) *Wir beraten Sie gern bei der Umsetzung Ihrer individuellen Wünsche.*

- Actitud: *wir freuen uns, Wir freuen uns auf, wir freuen uns auf, wir freuen uns darauf, wir freuen uns über, wir würden uns freuen, wir freuen uns auf Sie, wir bitten um Ihr Verständnis.*

(63) *Wir freuen uns auf Ihren Besuch!*

3. Opinión: *auf jeden Fall, das Richtige für, genau das Richtige, genau das Richtige für, immer eine Reise wert, nichts mehr im Weg, nichts mehr im Wege, lässt keine Wünsche offen,*

(64) *Dafür haben wir für Sie genau das Richtige im Haus.*

4. Posesivo *Ihr*:

- Informaciones: *auf Ihre Anfrage.*

(65) *Unser freundliches Team hilft Ihnen sehr gerne weiter und freut sich auf Ihre Anfrage.*

- Servicios: *für Ihr Seminar, für Ihre Feier, für Ihre Tagung, für Ihre Veranstaltung, für Ihren Aufenthalt, mit Ihrer Familie.*

(66) *Gerne unterbreiten wir Ihnen ein Angebot für Ihren Aufenthalt mit Kindern.*

5. Sujeto *Sie*:

- indicaciones: *so finden Sie uns, hier finden Sie uns,*

(67) *So finden Sie uns:* Wir geben Ihnen nützliche Informationen zu Lage und Anfahrt zum *acora* Hotel und Wohnen Düsseldorf.

- promesas, beneficio: *Sie als Gast, willkommen im Hotel, herzlich Willkommen im Hotel, bei uns können Sie, Sie und Ihre Gäste, immer für Sie da, Sie sind auf der Suche, für Sie und Ihre Gäste, genau das Richtige für Sie*

(68) *Sie sind auf der Suche nach dem besonderen Ambiente?*

(69) *Willkommen im Hotel*

- contacto: *Informationen finden Sie hier, Informationen finden Sie in, so erreichen Sie uns, Ihre Nutzung der Website, erhalten Sie an der Rezeption, hier finden Sie alle Informationen, weitere Informationen finden Sie hier, weitere Informationen finden Sie in*

(70) *Weitere Informationen finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.*

- incitación a visitar, reservar: *Sie haben die Wahl, haben Sie die Wahl zwischen, Sie haben die Wahl zwischen, ganz nach Ihren Wünschen*

(71) *Sie haben die Wahl zwischen bequem und stilsicher ausgestatteten Ein-, Zwei- oder Dreibettzimmern, die besonders für Familien geeignet sind.*

6. Objeto *Sie*:

(72) Dann ist das Doppelzimmer *genau das richtige für Sie!*

(73) Mit den herrlichen Zimmern *für Sie und Ihre Gäste* können Sie ausgiebig feiern und die angenehm kurzen und schnellen Wege zum Schlafen nutzen.

(74) Unser Team vom Empfang ist *immer für Sie da!*

La Tabla 37 recoge los paquetes léxicos con función comunicativa de entre tres y cinco palabras en KoDeHo, ordenados por *valor mixto*.

Función	Paquete léxico	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos
Imperativo, consejo	<i>machen Sie einen Ausflug in</i>	52,96	25	24
	<i>gönnen Sie sich eine Auszeit</i>	59,46	20	11
	<i>rufen Sie uns an unter</i>	66,58	21	12
	<i>lassen Sie sich von uns</i>	81,37	133	100
	<i>genießen Sie Ihren Aufenthalt in</i>	85,38	32	24

Función	<i>Paquete léxico</i>	<i>Valor mixto</i>	Frecuencia	Nº documentos
	<i>werfen Sie einen Blick auf</i>	86,95	20	15
	<i>schreiben Sie uns eine E-Mail</i>	88,80	20	14
	<i>rufen Sie uns an</i>	89,23	151	90
	<i>bieten wir Ihnen</i>	90,29	450	274
	<i>werfen Sie einen Blick in</i>	93,03	19	15
	<i>bitte beachten Sie</i>	154,83	356	181
	<i>tauchen Sie ein in</i>	162,15	85	64
	<i>überzeugen Sie sich selbst</i>	168,48	33	24
	<i>lassen Sie sich</i>	173,85	286	179
	<i>sichern Sie sich</i>	182,25	81	63
	<i>sprechen Sie uns an</i>	189,37	34	25
	<i>freuen Sie sich</i>	190,65	223	150
	<i>profitieren Sie von</i>	191,29	84	59
	<i>seien Sie unser Gast</i>	199,92	22	14
	<i>lassen Sie sich verwöhnen</i>	205,71	37	24
	<i>kontaktieren Sie uns</i>	223,04	258	192
	<i>erfahren Sie mehr</i>	229,67	151	54
	<i>Tauchen Sie ein</i>	234,16	66	47
	<i>lassen Sie sich verzaubern</i>	235,28	21	19
	<i>wählen Sie aus</i>	237,18	77	62
	<i>biegen Sie links</i>	246,78	68	39
	<i>schreiben Sie uns</i>	252,94	55	42
	<i>biegen Sie rechts</i>	253,73	52	38
	<i>besuchen Sie uns</i>	259,32	87	73
	<i>zögern Sie nicht</i>	262,01	54	26
	<i>buchen Sie direkt</i>	262,99	77	48
	<i>entspannen Sie sich</i>	279,69	59	40
	<i>informieren Sie sich</i>	283,49	52	38
	<i>buchen Sie jetzt</i>	289,51	81	66
	<i>Sie als Gast</i>	289,82	50	49
	<i>fragen Sie uns</i>	317,55	52	42
Wir	<i>Wir freuen uns auf</i>	92,31	520	306
	<i>wir freuen uns auf Sie</i>	53,77	195	139
	<i>wir sind für Sie da</i>	66,35	37	28
	<i>wir helfen Ihnen gerne weiter</i>	76,64	16	14
	<i>wir bitten um Ihr Verständnis</i>	89,84	14	10
	<i>gerne beraten wir Sie</i>	94,49	82	38

LENGUAJE FORMULAICO DEL ALEMÁN EN PÁGINAS WEB HOTELERAS DE LOS PAÍSES DE LENGUA ALEMANA:
UN ESTUDIO BASADO EN PAQUETES LÉXICOS

Función	Paquete léxico	Valor mixto	Frecuencia	Nº documentos
	<i>wir freuen uns über</i>	120,47	68	49
	<i>wir beraten Sie gerne</i>	134,27	65	48
	<i>wir beraten Sie gern</i>	140,9	82	58
	<i>wir freuen uns auf</i>	151,66	50	36
	<i>wir bieten unseren Gästen</i>	169,07	27	17
	<i>wir bieten Ihnen</i>	169,37	202	138
	<i>verwöhnen wir Sie mit</i>	171,96	50	34
	<i>gerne helfen wir Ihnen</i>	182,49	24	21
	<i>wir freuen uns darauf</i>	185,09	46	39
	<i>gerne servieren wir Ihnen</i>	188,25	24	14
	<i>wir kümmern uns um</i>	197,40	25	15
	<i>wir würden uns freuen</i>	209	22	21
	<i>wir freuen uns</i>	221,42	958	496
Opinión	<i>lässt keine Wünsche offen</i>	84,39	42	33
	<i>immer eine Reise wert</i>	127,05	32	19
	<i>genau das Richtige für</i>	147,75	59	40
	<i>nichts mehr im Weg</i>	196,66	30	24
	<i>nichts mehr im Wege</i>	214,28	21	18
	<i>herzlich Willkommen im Hotel</i>	226,63	33	28
	<i>genau das Richtige</i>	272,48	51	43
	<i>das Richtige für</i>	273,27	57	39
	<i>willkommen im Hotel</i>	285,11	113	85
	<i>auf jeden Fall</i>	321,85	48	40
Posesivo Ihr	<i>auf Ihre Anfrage</i>	194,75	80	54
	<i>für Ihre Veranstaltung</i>	202,68	173	103
	<i>für Ihre Feier</i>	214,01	63	39
	<i>mit Ihrer Familie</i>	239,05	55	38
	<i>für Ihren Aufenthalt</i>	254,04	171	120
	<i>für Ihr Seminar</i>	271,54	69	13
	<i>für Ihre Tagung</i>	274,54	83	54
Sie sujeto	<i>Sie haben die Wahl zwischen</i>	40,02	42	29
	<i>erhalten Sie an der Rezeption</i>	54,90	45	31

Función	<i>Paquete léxico</i>	<i>Valor mixto</i>	Frecuencia	Nº documentos
	<i>hier finden Sie alle Informationen</i>	55,69	27	12
	<i>Sie sind auf der Suche</i>	59,77	46	44
	<i>haben Sie die Wahl zwischen</i>	79,48	18	17
	<i>weitere Informationen finden Sie in</i>	92,85	16	13
	<i>weitere Informationen finden Sie hier</i>	98,44	14	11
	<i>Sie haben die Wahl</i>	142,02	75	54
	<i>so erreichen Sie uns</i>	157,36	41	28
	<i>Informationen finden Sie hier</i>	163,69	38	29
	<i>Sie und Ihre Gäste</i>	172,06	70	54
	<i>so finden Sie uns</i>	180,44	39	32
	<i>hier finden Sie uns</i>	196,23	63	47
	<i>Informationen finden Sie in</i>	229,06	26	23
	<i>bei uns können Sie</i>	244,99	45	42
<i>Sie objeto</i>	<i>genau das Richtige für Sie</i>	79,21	27	22
	<i>für Sie und Ihre Gäste</i>	84,75	22	20
	<i>ganz nach Ihren Wünschen</i>	180,26	42	36
	<i>Ihre Nutzung der Website</i>	222,91	22	13
	<i>immer für Sie da</i>	240,84	22	21

Tabla 37. Paquetes léxicos con función comunicativa en KoDeHo, ordenados por *valor mixto*

Podemos concluir que los paquetes léxicos comunicativos tienen la función principal de hacer alusiones directas del hotel al potencial cliente que visita la página, a partir de promesas de beneficios si contrata los servicios del hotel, o sugerencias y consejos asociados a los mismos. Asimismo tienen un papel importante los paquetes relativos a establecer contacto directo, a partir de la solicitud de información. Esto se muestra sobre todo a partir de la presencia del *Sie* como forma de cortesía, casi imprescindible en estos textos, para dirigirse al potencial cliente, ya sea de forma exhortativa o haciéndolo sujeto

beneficiario, y la presencia de *wir*, que representa el aspecto personal del hotel, que ofrece sus productos y servicios. La expresión explícita de la postura u opinión, apenas está representada en los paquetes de forma aislada. No quiere decir que un análisis de otro tipo, nos podría llevar a estudiar la subjetividad expresada de forma implícita a lo largo de los textos.

El Anexo 5 recoge el listado completo de los paquetes léxicos de entre tres y cinco palabras ordenados por *valor mixto*, con indicación de su clasificación tanto estructural como funcional.

7.4. Selección de un listado de paquetes léxicos característicos de las páginas web hoteleras en lengua alemana

En este apartado, una vez analizados los paquetes léxicos de entre tres y cinco palabras en KoDeHo, ofrecemos dos listados que los recogen íntegramente como característicos de las páginas web hoteleras en alemán y que son de utilidad, por una parte, para una posterior labor de didactización para el aula de alemán como lengua extranjera y, por otra parte, para una posible adaptación lexicográfica.

Consecuentemente, los listados se han realizado partiendo de los paquetes que ya han sido identificados como característicos de los textos estudiados en base a la frecuencia y distribución. Para su selección los hemos organizado en primer lugar por palabra clave, tal y como Salazar (2011) propone en su estudio, ha sido realizada de modo subjetivo, seleccionando aquella palabra considerada como núcleo o de mayor valor semántico en el paquete o conjunto de paquetes relacionados. En segundo lugar, hemos observado el *valor mixto* de los mismos y seleccionado aquel cuyo *valor mixto* era menor, dado que cuanto menor es su cuantía, más relevante es el paquete para su estudio, como arriba se ha explicado (§6.2.3.), teniendo en cuenta la frecuencia absoluta, su relevancia respecto al corpus de referencia y el número de documentos en que aparece en nuestro corpus.

El Anexo 6 muestra un primer listado de los paquetes léxicos agrupados por palabra clave y a su vez ordenados por el *valor mixto*. El Anexo 7, sin embargo, ofrece

el listado por orden alfabético de palabra clave, donde se reflejan las diferentes variantes aparecidas en el análisis de corpus efectuado.

De entre los paquetes agrupados bajo una misma palabra clave hemos observado algunas variaciones sinónimas con un *slot* interno como es el caso de *den perfekten Rahmen für* y *den idealen Rahmen für*. Se trata, por tanto de un marco, cuyo paquete prototípico es *den perfekten Rahmen für*, donde se observa su variación den [*perfekten, idealen*] *Rahmen für*.

Otro ejemplo similar lo encontramos en los paquetes agrupados en torno a la preposición *vor* con valor local, a saber, *vor der Tür*, *vor dem Haus*, *vor der Haustür*, con una función de localización referida al entorno directo del hotel. En este caso hemos seleccionado *vor der Tür* y hemos recogido las variaciones *vor [der, dem] [Tür, Haus, Haustür]*. Con ello observamos, por tanto, la existencia de un paquete cuya palabra final es un *slot* variable, que podríamos identificar como patrón o construcción como en el caso anterior, pero en esta ocasión, externo. Otro ejemplo similar lo encontramos en *WLAN im gesamten Hotel* y *WLAN im ganzen Haus*, cuyo marco resulta *WLAN im [gesamten Hotel, ganzen Haus]*. En este caso se trata de dos *slots* combinados en el paquete léxico de cuatro palabras, cuya función también es de localización pero referida a las dependencias del hotel.

En otros casos hemos detectado extensiones con o sin inserción, es el caso de *viel Liebe zum Detail*, con una función modal, ya que nos dice el modo o manera en que el hotel, en el sentido de su personal, trabaja. En torno a esta palabra clave *Liebe* tienen también relevancia los paquetes *Liebe zum Detail*, *mit viel Liebe zum Detail* y *mit Liebe zum Detail*. Por tanto hemos seleccionado como paquete prototípico *viel Liebe zum Detail*, con variaciones (*mit*) (*viel*) *Liebe zum Detail*.

8. VARIACIÓN INTERNA DE LOS PAQUETES LÉXICOS

8.1. ANÁLISIS DE PALABRAS FIJAS EN LOS MARCOS FRASALES	205
8.2. ANÁLISIS DE PALABRAS VARIABLES EN LOS MARCOS FRASALES	206

Fuster-Márquez y Pennock (2015), en su estudio sobre páginas web hoteleras en inglés, resaltan el hecho de que las secuencias recurrentes en un corpus de discurso específico son representativas del mismo, aportando información relevante y de utilidad para los destinatarios de dicho discurso. Como se ha visto más arriba, algunos paquetes léxicos se solapan, lo cual nos indica que estos pueden ser más o menos largos y, en ocasiones, que admiten variabilidad, es decir, inserciones de otras palabras (*eine Auswahl, eine große Auswahl*). Con el objetivo de seguir identificando patrones que sean característicos de estos textos, en este apartado indagamos en aquellas secuencias discontinuas, que denominamos marcos frasales.

En el apartado 6 se explica el modo en el que hemos extraído, filtrado y seleccionado los marcos. Fuster-Márquez (2014: 3) observa que el 40,5 % de los marcos cuenta con paquetes léxicos en el corpus especializado de páginas web hoteleras, el resto no contaría con paquetes léxicos en el corpus. En el caso de KoDeHo el porcentaje de marcos de cuatro palabras que se corresponden con paquetes léxicos es menor y asciende a un 24 %. Este porcentaje es aún menor en la correspondencia de marcos y paquetes de tres palabras (11 %), mientras que los de cinco palabras (38 %) se aproximaría al porcentaje en COMETVAL para los paquetes de cuatro palabras en inglés. Este es uno de los indicios que nos señalan que los paquetes léxicos de cuatro palabras se han revelado como los más estables e interesantes para su estudio en alemán.

Posteriormente hemos cruzado los listados de marcos frasales filtrados con los listados de paquetes léxicos, de manera que hemos obtenido un número de marcos frasales que tienen correspondencia con los paquetes en KoDeHo. Esto nos ha llevado a poder observar la variabilidad de los marcos sin tener en cuenta la frecuencia de cada variación, sino teniendo en cuenta solo la frecuencia de los mismos.

La Tablas 38, 39 y 40 a continuación muestran los marcos frasales extraídos de forma automática que albergan con paquetes léxicos en KoDeHo.

	Marco frasal	Frecuencia	Paquetes léxicos
1	<i>an * Bar</i>	21	<i>an der Bar</i>
2	<i>an * Hotelbar</i>	14	<i>an der Hotelbar, an unserer Hotelbar</i>
3	<i>an * Rezeption</i>	982	<i>an der Rezeption, an unserer Rezeption</i>
4	<i>auf * Fall</i>	12	<i>auf jeden Fall</i>
5	<i>auf * Niveau</i>	12	<i>auf höchstem Niveau</i>
6	<i>auf * Seite</i>	24	<i>auf dieser Seite</i>
7	<i>auf * Terrasse</i>	12	<i>auf der Terrasse</i>
8	<i>auf * Website</i>	24	<i>auf unserer Website</i>
9	<i>auf * Zimmer</i>	36	<i>auf dem Zimmer, auf Ihrem Zimmer</i>
10	<i>Ausstattung * Zimmer</i>	528	<i>Ausstattung der Zimmer</i>
11	<i>Bad * Dusche</i>	171	<i>Bad mit Dusche, Bad oder Dusche</i>
12	<i>Badewanne * Dusche</i>	348	<i>Badewanne oder Dusche</i>
13	<i>bei * Buchung</i>	156	<i>bei der Buchung</i>
14	<i>bei * Reservierung</i>	78	<i>bei der Reservierung</i>
15	<i>das * für</i>	1450	<i>das Richtige für</i>
16	<i>der * Altstadt</i>		<i>der historischen Altstadt</i>
17	<i>der * Art</i>	16	<i>der besonderen Art</i>
18	<i>der * Ausgangspunkt</i>	16	<i>der ideale Ausgangspunkt</i>
19	<i>der * Ort</i>	40	<i>der ideale Ort</i>
20	<i>die * Altstadt</i>	322	<i>die historische Altstadt</i>
21	<i>direkt * Hotel</i>	1521	<i>direkt am Hotel, direkt im Hotel, direkt beim Hotel</i>
22	<i>Dusche * Badewanne</i>	106	<i>Dusche oder Badewanne, Dusche und Badewanne</i>
23	<i>Dusche * WC</i>	265	<i>Dusche und WC</i>
24	<i>ein * Angebot</i>	1926	<i>ein individuelles Angebot</i>
25	<i>eine * an</i>	1224	<i>eine Auswahl an, eine Vielzahl an</i>
26	<i>eine * Auswahl</i>	1683	<i>eine große Auswahl</i>
27	<i>Entfernung * Hotel</i>	36	<i>Entfernung vom Hotel</i>
28	<i>für * Anlass</i>	6	<i>für jeden Anlass</i>
29	<i>für * Aufenthalt</i>	9	<i>für Ihren Aufenthalt</i>
30	<i>für * Gäste</i>	36	<i>für unsere Gäste</i>
31	<i>im * der</i>	176	<i>im Herzen der</i>
32	<i>im * Haus</i>	129	<i>im ganzen Haus, im gesamten Haus</i>
33	<i>im * Hotel</i>	2193	<i>im gesamten Hotel, im ganzen Hotel</i>
34	<i>im * von</i>	4101	<i>im Zentrum von, im Herzen von, im Wert von</i>
35	<i>in * Altstadt</i>	80	<i>in der Altstadt</i>
36	<i>in * Bar</i>	32	<i>in der Bar</i>
37	<i>in * Bereichen</i>	64	<i>in allen Bereichen</i>

	Marco frasal	Frecuencia	Paquetes léxicos
38	<i>in * City</i>	48	<i>in der City</i>
39	<i>in * Hotel</i>	272	<i>in unserem Hotel</i>
40	<i>in * Innenstadt</i>	48	<i>in der Innenstadt</i>
41	<i>in * Lage</i>	112	<i>in zentraler Lage</i>
42	<i>in * Lobby</i>	48	<i>in der Lobby</i>
43	<i>in * Minuten</i>	48	<i>in wenigen Minuten</i>
44	<i>in * mit</i>	288	<i>in Verbindung mit, in Kombination mit</i>
45	<i>in * Nähe</i>	1432	<i>in der Nähe, in unmittelbarer Nähe</i>
46	<i>in * Stadt</i>	80	<i>in der Stadt</i>
47	<i>in * Tiefgarage</i>	64	<i>in der Tiefgarage</i>
48	<i>in * Umgebung</i>	128	<i>in der Umgebung</i>
49	<i>in * von</i>	96	<i>in Höhe von</i>
50	<i>in * Zeit</i>	80	<i>in der Zeit</i>
51	<i>in * Zimmer</i>	160	<i>in allen Zimmer, in jedem Zimmer, in Ihrem Zimmer</i>
52	<i>in * Zimmern</i>	1790	<i>in allen Zimmern, in den Zimmern</i>
54	<i>Kaffee * Tee</i>	334	<i>Kaffee und Tee, Kaffee oder Tee</i>
55	<i>Lage * Hotels</i>	519	<i>Lage des Hotels</i>
56	<i>mit * Familie</i>	108	<i>mit der Familie, mit Ihrer Familie</i>
57	<i>nur * Gehminuten</i>	1170	<i>nur wenige Gehminuten</i>
58	<i>nur * Minuten</i>	1404	<i>nur wenige Minuten</i>
59	<i>Sie * Gast</i>	22	<i>Sie als Gast</i>
60	<i>Tee * Kaffee</i>	336	<i>Tee und Kaffee</i>
61	<i>und * mehr</i>	392	<i>und vieles mehr</i>
62	<i>vom * entfernt</i>	171	<i>vom Hotel entfernt</i>
63	<i>von * aus</i>	1816	<i>von hier aus</i>
64	<i>vor * Anreise</i>	302	<i>vor Ihrer Anreise</i>
65	<i>vor * Hotel</i>	453	<i>vor dem Hotel</i>
66	<i>während * Aufenthaltes</i>	1468	<i>während Ihres Aufenthaltes</i>
67	<i>wir * Ihnen</i>	196	<i>wir bieten Ihnen</i>
68	<i>wir * uns</i>	112	<i>wir freuen uns</i>
69	<i>Zimmer * Hotel</i>	450	<i>Zimmer im Hotel</i>
70	<i>zu * Hotel</i>	15	<i>zu unserem Hotel</i>

Tabla 38. Marcos de tres palabras que albergan paquetes léxicos en KoDeHo

	Marco frasal	Frecuencia	Paquetes léxicos
1	<i>auf der * Seite</i>	9	<i>auf der rechten Seite, auf der linken Seite</i>

	Marco frasal	Frecuencia	Paquetes léxicos
2	<i>auf der * Straßenseite</i>		<i>auf der rechten Straßenseite, auf der linken Straßenseite</i>
3	<i>bei uns * Sie</i>	12	<i>bei uns können Sie</i>
4	<i>Blick * die Stadt</i>	84	<i>Blick auf die Stadt, Blick über die Stadt</i>
5	<i>den * Rahmen für</i>	84	<i>den perfekten Rahmen für, den idealen Rahmen für</i>
6	<i>der * Ausgangspunkt für</i>	52	<i>der ideale Ausgangspunkt für</i>
7	<i>der * Ort für</i>	78	<i>der perfekte Ort für</i>
8	<i>der ideale * für</i>	130	<i>der ideale Ausgangspunkt für</i>
9	<i>der perfekte * für</i>	52	<i>der perfekte Ort für</i>
10	<i>direkt * dem Hotel</i>	732	<i>direkt vor dem Hotel</i>
11	<i>direkt vor * Hotel</i>	549	<i>direkt vor dem Hotel</i>
12	<i>ein * Angebot für</i>	960	<i>ein individuelles Angebot für</i>
13	<i>einen * Aufenthalt in</i>	2120	<i>einen angenehmen Aufenthalt in</i>
14	<i>für einen * Aufenthalt</i>	270	<i>für einen angenehmen Aufenthalt, für einen längeren Aufenthalt</i>
15	<i>im * der Eltern</i>	72	<i>im Zimmer der Eltern, im Bett der Eltern</i>
16	<i>im * der Stadt</i>	72	<i>im Herzen der Stadt, im Zentrum der Stadt</i>
17	<i>in der * von</i>	143	<i>in der Zeit von, in der Altstadt von, in der Nähe von, in der Innenstadt von</i>
18	<i>in nur * Minuten</i>	39	<i>in nur wenigen Minuten</i>
19	<i>mit * oder Dusche</i>	70	<i>mit Bad oder Dusche, mit Badewanne oder Dusche</i>
20	<i>mit Dusche * Badewanne</i>	70	<i>mit Dusche oder Badewanne, mit Dusche und Badewanne</i>
21	<i>nach einem * Tag</i>	287	<i>nach einem erlebnisreichen Tag, nach einem anstrengenden Tag, nach einem langen Tag, nach einem ereignisreichen Tag</i>
22	<i>nur wenige * entfernt</i>	1392	<i>nur wenige Gehminuten entfernt</i>
23	<i>nur wenige * vom</i>	1392	<i>nur wenige Schritte vom</i>
24	<i>pro * und Nacht</i>	309	<i>pro Zimmer und Nacht, pro Person und Nacht</i>
25	<i>pro Person * Nacht</i>	206	<i>pro Person und Nacht</i>
26	<i>pro Zimmer * Nacht</i>	206	<i>pro Zimmer und Nacht</i>
27	<i>so * wie möglich</i>	777	<i>so angenehm wie möglich</i>
28	<i>wenige * vom Hotel</i>	1564	<i>wenige Gehminuten vom Hotel</i>
29	<i>WLAN im * Hotel</i>	154	<i>WLAN im gesamten Hotel</i>
30	<i>Zimmer * ausgestattet mit</i>	150	<i>Zimmer sind ausgestattet mit</i>
31	<i>zu einem * Erlebnis</i>	160	<i>zu einem unvergesslichen Erlebnis</i>

Tabla 39. Marcos de cuatro palabras que albergan paquetes léxicos en KoDeHo

	Marco frasal	Frecuencia	Paquetes léxicos
1	<i>Flasche * auf dem Zimmer</i>	957	<i>Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer</i>
2	<i>in * Nähe des Hotels</i>	102	<i>in unmittelbarer Nähe des Hotels, in der Nähe des Hotels</i>
3	<i>in der Nähe * Hotels</i>	102	<i>in der Nähe unseres Hotels, in der Nähe des Hotels</i>
4	<i>kostenfrei im * der Eltern</i>	54	<i>kostenfrei im Bett der Eltern, kostenfrei im Zimmer der Eltern</i>

Tabla 40. Marcos de cinco palabras que albergan paquetes léxicos en KoDeHo

Como se puede observar, fundamentalmente en el caso de marcos frasales de cinco palabras, se trata de un número relativamente reducido de casos detectados. Asimismo, observamos que la variabilidad de los paquetes léxicos es muy reducida, dado que muchos de ellos ofrecen solo una variante en la selección última de paquetes que hemos considerado relevantes de las páginas web hoteleras en alemán.

8.1. Análisis de palabras fijas en los marcos frasales

En el análisis de los marcos frasales de cuatro palabras analizados por Fuster-Márquez y Pennock (2015), se establecen en un primer momento dos tipos, aquellos formados por palabras funcionales y aquellos en los que al menos una de las palabras fijas es una palabra léxica o semánticamente llena. La Figura 38 muestra los porcentajes de marcos fraseológicos de tres, cuatro y cinco palabras en KoDeHo, que están compuestos exclusivamente por palabras funcionales y aquellos que contienen al menos un elemento léxico. Como se puede observar la mayoría de los marcos, con independencia de su longitud tiene al menos un constituyente de contenido léxico. Solo en los paquetes de tres palabras hay un porcentaje apreciable (13 %) de marcos compuestos solo por palabras funcionales.

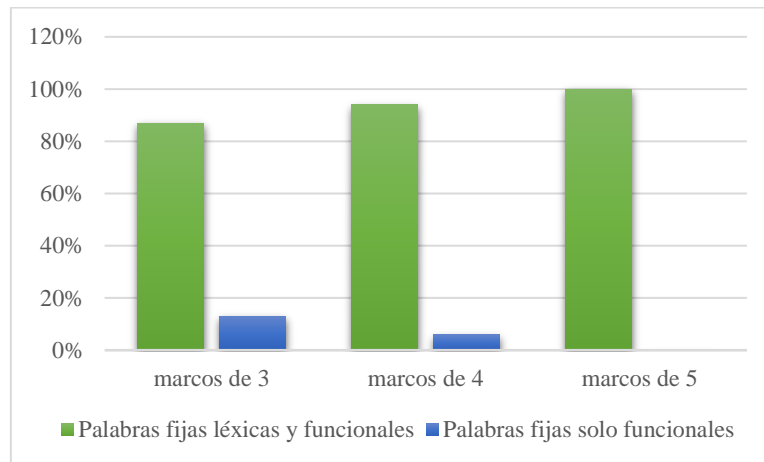


Figura 38. Tipo de palabras fijas de paquetes léxico según el tamaño

8.2. Análisis de palabras variables en los marcos frasales

Por otra parte, hemos cuantificado el tipo de palabras que rellenan las casillas. La Figura 39 muestra los porcentajes en los que cada categoría gramatical aparece como variantes del marco frasal. Observamos que la categoría más variable es la de adjetivo (40 %) seguida de la de sustantivo (33 %), lo cual tiene coherencia con el carácter promocional de los textos, donde a través de la adjetivación se expresa una cierta subjetividad o evaluación de lo expresado, ya sea descripción del equipamiento, de los servicios o promesas inmateriales. Esto lo podemos ilustrar con ejemplos como *nach einem erlebnisreichen Tag*, *nach einem anstrengenden Tag*, *nach einem langen Tag*, *nach einem ereignisreichen Tag*, o en el caso de un sustantivo ocupando el *slot im Zentrum von*, *im Herzen von*, o *in der Altstadt von*, *in der Innenstadt von* para localizar el hotel. Con menor incidencia quedan las variaciones de conjunciones (10 %), que en su mayoría alternan *und* y *oder*, y los verbos (7 %) y preposiciones (7 %). En ocasiones las preposiciones responden a diferentes alternativas que acompañan al verbo en función del elemento posterior y, por tanto, de su matiz de significación. Además cabe señalar en un 3 % de los casos la contracción de dos categorías gramaticales simultáneas como es el caso de *im* o *am*. Estos casos los hemos agrupados bajo la denominación de casos *híbridos*, mientras

que los casos considerados en *varios*, son aquellos en los que el relleno del *slot* puede corresponder a categorías diferentes como por ejemplo *in der Nähe* y *unmittelbarer Nähe*, donde determinante y adjetivo alternan.

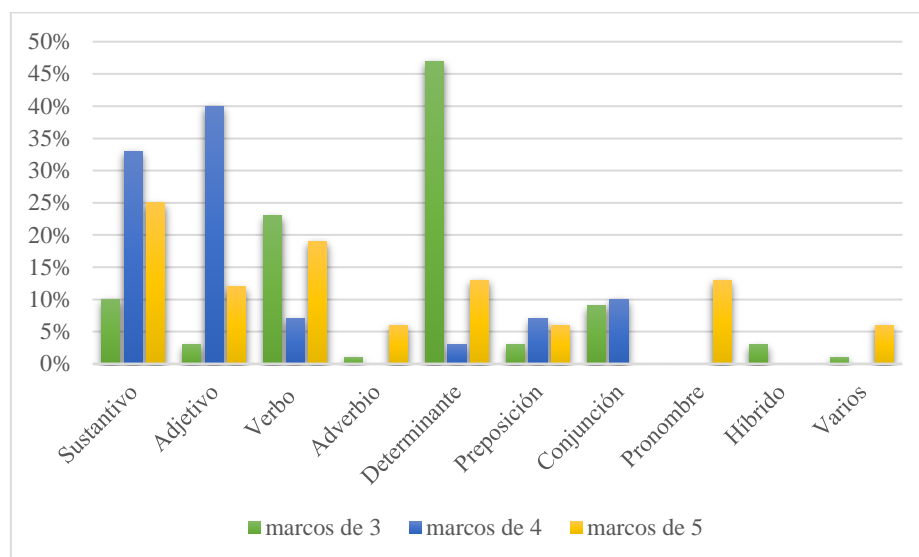


Figura 39. Categorías gramaticales del *slot* de los marcos frasales de tres, cuatro y cinco palabras

En conjunto, las categorías gramaticales que ocupan las casillas en los marcos frasales son de palabras léxicas (80 %) frente a las palabras funcionales (20 %), esto pone en evidencia la importancia del contenido semántico en estos textos. El comportamiento de las palabras que ocupan las casillas variables de tres y cuatro palabras se muestran en la Figura 40. No hemos encontrado paquetes cuyas palabras fijas fueran solo léxicas.

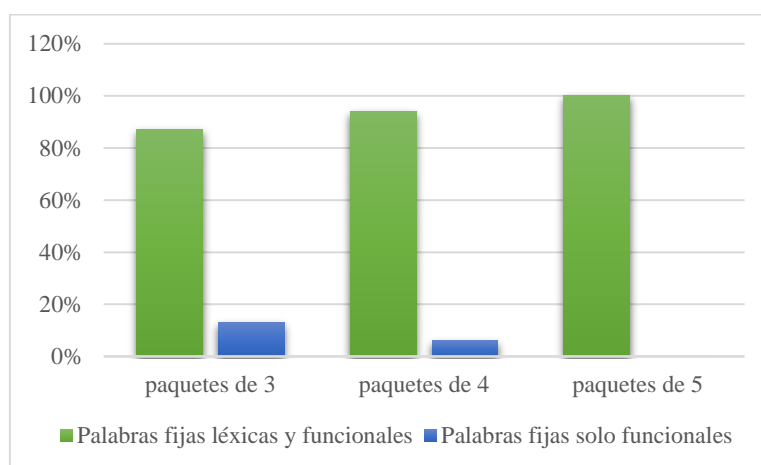


Figura 40. Tipo de palabras fijas según el tamaño del paquete léxico

Por último, querríamos destacar la coherencia semántica y discursiva de los *slots* en los marcos frasales encontrados, lo que hace que los hayamos tenido en consideración.

9. CONTRASTE DIATÓPICO DE PAQUETES LÉXICOS EN KODEHO

9.1. Paquetes léxicos de tres palabras.....	211
9.2. Paquetes léxicos de cuatro palabras.....	213
9.3. Paquetes léxicos de cinco palabras.....	214
9.4. Paquetes léxicos con mayor frecuencia relativa en Austria	216
9.5. Paquetes léxicos con mayor frecuencia relativa en Suiza	219
9.6. Paquetes léxicos con mayor frecuencia relativa en Alemania.....	222
9.7. Paquetes léxicos que solo aparecen en Alemania y Austria.....	226
9.8. Paquetes léxicos que solo aparecen en Alemania y Suiza.....	229
9.9. Paquetes léxicos léxicos que solo aparecen en Austria y Suiza	230
9.10. Conclusiones del contraste diatópico	231

Una vez hemos identificado los paquetes léxicos característicos de las páginas web hoteleras en alemán, y hemos observado constantes estructurales y semántico-funcionales de los mismos, hemos querido poner en contraste su empleo en los tres subcorpus de carácter diatópico. Para ello nos hemos servido de los listados de paquetes léxicos de entre tres y cinco palabras una vez ya filtrados y hemos calculado las frecuencias relativas y el índice MI de cada uno de ellos en cada uno de los subcorpus, a saber, el de páginas web hoteleras de Alemania, Austria y Suiza. Los paquetes léxicos objeto de este contraste diatópico son un total de 457, de los cuales 226 son de tres palabras, 164 de palabras y 67 de palabras.

Al llevar a cabo el contraste entre paquetes léxicos observamos que los valores del índice MI son similares en todos los casos en los tres subcorpus. En cambio, si prestamos atención a las frecuencias relativas, se observa que hay paquetes que aparecen exclusivamente en uno de los subcorpus y otros que aparecen en dos de los subcorpus, pero no en el tercero. Asimismo, hemos observado paquetes cuyo empleo destaca frente a los otros dos subcorpus, e igualmente otros que destacan en uno de ellos por su uso. En los siguiente apartados se analizan y ejemplifican los paquetes léxicos que destacan en dicha casuística, teniendo en cuenta su longitud e intentaremos explicar a qué se deberían dichas diferencias en los tres subcorpus.

9.1. Paquetes léxicos de tres palabras

Si observamos los paquetes léxicos de tres palabras llama la atención que 118 de los 225 aparecen en los tres subcorpus (Anexo 8). Seis de ellos aparecen en dos de los corpus y no en otro, como es el caso de *bis zum Hotel*, *direkt am Hotel*, *Flachbildfernseher mit Kabel-TV* y *mit der U-Bahn*, los cuales aparecen en Alemania y Austria, pero no en Suiza, probablemente por causa de la infraestructuras; *Entfernung vom Hotel* no aparece en Austria y *für Ihr Seminar* no aparece ninguna vez en Alemania, probablemente por la preferencia por emplear denominaciones más generales como *Veranstaltung*, *Tagung*, o *Anlass*. El resto de los paquetes identificados los encontramos en los tres subcorpus, sin

embargo, la frecuencia relativa en alguno de ellos destaca por estar muy por encima de los otros dos subcorpus o por debajo. El Anexo 8 recoge el listado de paquetes de tres palabras completo ordenados por orden alfabético con valores de frecuencia normalizada y MI por países en KoDeHo. La Tabla 41 muestra los paquetes cuya frecuencia normalizada destaca por encima de los otros dos subcorpus.

Alemania	Austria	Suiza
<i>auf einen Blick</i>	<i>an der Rezeption</i>	<i>an der Bar</i>
<i>auf Ihrem Zimmer</i>	<i>Ausstattung der Zimmer</i>	<i>an der Hotelbar</i>
<i>Bad mit Dusche</i>	<i>bei der Reservierung</i>	<i>auf der Terrasse</i>
<i>Badezimmer mit Dusche</i>	<i>bis zur Station</i>	<i>auf die Stadt</i>
<i>bieten wir Ihnen</i>	<i>direkt beim Hotel</i>	<i>auf höchstem Niveau</i>
<i>bitte beachten Sie</i>	<i>direkt im Hotel</i>	<i>aus der Region</i>
<i>Bügeleisen und Bügelbrett</i>	<i>Dusche oder Bad</i>	<i>Bad oder Dusche</i>
<i>ein individuelles Angebot</i>	<i>Dusche oder Badewanne</i>	<i>buchen Sie direkt</i>
<i>eine Flasche Mineralwasser</i>	<i>eine Vielzahl an</i>	<i>das ganze Jahr</i>
<i>erfahren Sie mehr</i>	<i>Frühstück im Hotel</i>	<i>der besonderen Art</i>
<i>fragen Sie uns</i>	<i>für unsere Gäste</i>	<i>der ideale Ort</i>
<i>für Ihre Tagung</i>	<i>im Zentrum von</i>	<i>die historische Altstadt</i>
<i>für Ihre Veranstaltung</i>	<i>in unmittelbarer Nähe</i>	<i>Dusche und WC</i>
<i>für jeden Anlass</i>	<i>Kunst und Kultur</i>	<i>entspannen Sie sich</i>
<i>im gesamten Hotel</i>	<i>mit dem Auto</i>	<i>im ganzen Haus</i>
<i>im Herzen von</i>	<i>mit dem Flugzeug</i>	<i>im Herzen der</i>
<i>in der City</i>	<i>mit dem Rad</i>	<i>im Wert von</i>
<i>in der Nähe</i>	<i>mit der Bahn</i>	<i>in der Bar</i>
<i>in der Regel</i>	<i>nur wenige Gehminuten</i>	<i>in der Lobby</i>
<i>in der Zeit</i>	<i>Sehenswürdigkeiten der Stadt</i>	<i>in Kombination mit</i>
<i>in Höhe von</i>	<i>Tee und Kaffee</i>	<i>kontaktieren Sie uns</i>
<i>in unserem Haus</i>	<i>Tradition und Moderne</i>	<i>lassen Sie sich</i>
<i>in unserem Hotel</i>	<i>über die Dächer</i>	<i>mit Blick auf</i>
<i>je nach Verfügbarkeit</i>	<i>um das Hotel</i>	<i>mit dem Bus</i>
<i>mit dem PKW</i>	<i>um die Ecke</i>	<i>mit dem Zug</i>
<i>mit der Familie</i>	<i>und vieles mehr</i>	<i>nur wenige Schritte</i>
<i>mit der S-Bahn</i>	<i>weitere Informationen zu</i>	<i>Person im Doppelzimmer</i>
<i>mit einem Doppelbett</i>	<i>wie zum Beispiel</i>	<i>profitieren Sie von</i>
<i>Tagungen und Veranstaltungen</i>	<i>zu unserem Hotel</i>	<i>Samstag und Sonntag</i>
<i>Telefon mit Anrufbeantworter</i>	<i>zur Verfügung gestellt</i>	<i>Tauchen Sie ein</i>
<i>unser reichhaltiges Frühstück</i>		<i>TV mit Radio</i>

Alemania	Austria	Suiza
<i>von hier aus</i>		<i>über den Dächern</i>
<i>während Ihres Aufenthaltes</i>		<i>Übernachtung im Doppelzimmer</i>
<i>wir bieten Ihnen</i>		<i>vor Ihrer Anreise</i>
<i>zögern Sie nicht</i>		<i>während Ihres Aufenthalts</i>
<i>Zuhause auf Zeit</i>		<i>Wahrzeichen der Stadt</i>
		<i>wir freuen uns</i>

Tabla 41. Paquetes léxicos de tres palabras característicos de cada subcorpus

9.2. Paquetes léxicos de cuatro palabras

Si analizamos los paquetes de cuatro palabras observamos que 43 de los 163 aparecen en solo uno o dos de los subcorpus. Ocho de ellos aparecen solo en un corpus, de los cuales cuatro aparecen solo en Alemania *alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer, hier finden Sie uns, seien Sie unser Gast, unsere Restaurants und Bars*, tres solo en Austria *das sagen unsere Gäste, gerne beraten wir Sie y wir bieten unseren Gästen*, y solo uno únicamente en Suiza *gerne servieren wir Ihnen*. Los restantes paquetes aparecen en dos de los subcorpus pero no en uno, 29 de los paquetes aparecen en Alemania y Austria, pero no en Suiza, es el caso de *auf der linken Straßenseite, auf der rechten Straßenseite, Aufenthalt in unserem Haus, bei uns können Sie, die Zimmer verfügen über, direkt vor der Tür, durch die zentrale Lage, erreichen Sie zu Fuß, für die öffentlichen Verkehrsmittel, für Groß und Klein, genießen Sie Ihren Aufenthalt, gerne helfen wir Ihnen, im Zentrum der Stadt, in der Innenstadt von, in nur wenigen Minuten, lassen Sie sich verzaubern, mit einer Größe von, mit einer großen Auswahl, mit Rat und Tat, mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet, nichts mehr im Weg, nichts mehr im Wege, pro Nacht und Zimmer, so finden Sie uns, sprechen Sie uns an, weitere Informationen erhalten Sie, wir freuen uns darauf, wir würden uns freuen y zu Fuß zu erreichen*. Otros seis aparecen en Alemania y Suiza, pero no en Austria: *alle Zimmer verfügen über, ausgestattet mit einem Doppelbett, eine Auszeit vom Alltag, gerne servieren wir Ihnen, herzlich Willkommen im Hotel y Schreibtisch in allen Zimmern*. Debe destacarse que no hay ningún paquete léxico de cuatro palabras que aparezca en Austria y Suiza, pero no en

Alemania. Esto se puede deber a las variedades del alemán en Alemania y Austria son más parecidas que la correspondiente en Suiza o por contar con un mayor número de textos en Alemania.

La Tabla 42 muestra los paquetes léxicos de cuatro palabras cuya frecuencia normalizada destaca en uno de los países por encima de los otros dos subcorpus:

Austria	Suiza	Alemania
<i>Anreise mit dem Auto</i>	<i>Blick auf die Stadt</i>	<i>Anfahrt mit dem Auto</i>
<i>Anreise mit dem Flugzeug</i>	<i>Blick über die Stadt</i>	<i>auf Anfrage und Verfügbarkeit</i>
<i>bei uns im Haus</i>	<i>das ganze Jahr über</i>	<i>Aufenthalt in unserem Hotel</i>
<i>bei uns im Hotel</i>	<i>den perfekten Rahmen für</i>	<i>den idealen Rahmen für</i>
<i>buchen Sie Ihr Zimmer</i>	<i>in der Altstadt von</i>	<i>der perfekte Ort für</i>
<i>für die ganze Familie</i>	<i>Informationen finden Sie in</i>	<i>die Seele baumeln lassen</i>
<i>für einen angenehmen Aufenthalt</i>	<i>lässt keine Wünsche offen</i>	<i>Doppelbett oder zwei Einzelbetten</i>
<i>für jeden etwas dabei</i>	<i>mit Bad oder Dusche</i>	<i>ein individuelles Angebot für</i>
<i>für jeden Geschmack etwas</i>	<i>mitten in der Altstadt</i>	<i>für einen längeren Aufenthalt</i>
<i>in den letzten Jahren</i>	<i>nur wenige Schritte vom</i>	<i>ganz nach Ihren Wünschen</i>
<i>Informationen finden Sie hier</i>	<i>pro Person im Doppelzimmer</i>	<i>handelt es sich um</i>
<i>mitten in der Stadt</i>	<i>rufen Sie uns an</i>	<i>im Herzen der Stadt</i>
<i>pro Person und Nacht</i>	<i>Sie und Ihre Gäste</i>	<i>immer eine Reise wert</i>
<i>rund um die Uhr</i>	<i>über den Dächern von</i>	<i>in der Nähe von</i>
<i>Start in den Tag</i>	<i>was das Herz begehrt</i>	<i>in nur wenigen Gehminuten</i>
<i>viel Liebe zum Detail</i>	<i>wenige Gehminuten vom Hotel</i>	<i>Leistungen und praktische Informationen</i>
	<i>wir beraten Sie gern</i>	<i>nach einem langen Tag</i>
	<i>wir beraten Sie gerne</i>	<i>nach Wahl des Küchenchefs</i>
	<i>Wir freuen uns auf</i>	<i>Zimmer sind ausgestattet mit</i>
	<i>wir kümmern uns um</i>	

Tabla 42. Paquetes léxicos de cuatro palabras característicos de cada subcorpus

9.3. Paquetes léxicos de cinco palabras

Si observamos los paquetes léxicos de cinco palabras son 18 de 67 los paquetes que no aparecen en los tres subcorpus. Once de ellos aparecen en Austria y Alemania, pero no en Suiza: *alle Preise verstehen sich inklusive*, *alle Zimmer sind ausgestattet mit*, *bei der*

Planung Ihrer Veranstaltung, bequem zu Fuß zu erreichen, das Hotel befindet sich auf, genießen Sie Ihren Aufenthalt in, in der Nähe unseres Hotels, in wenigen Minuten zu Fuß, perfekten Start in den Tag, unser Hotel befindet sich in y wir bitten um Ihr Verständnis. En estos casos la norma ortográfica en Suiza determina que en la mayoría de los casos se documente la forma *Fuss* o *geniessen*. Otros dos no aparecen en Austria, pero sí en Suiza y Alemania: *Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer* y *weitere Informationen finden Sie in*. En el primer ejemplo, hemos documentado en Austria, sin embargo, la variante *am Zimmer*. Por otra parte, no hay ninguno que no aparezca en Alemania. Algunos de ellos solo aparecen en uno de los países, como es el caso de *Anreise am Freitag oder Samstag, haben Sie die Wahl zwischen, kostenfrei im Bett der Eltern, speziell auf die Bedürfnisse von y WLAN kostenfrei im gesamten Hotel*, que aparecen solo en Alemania. Paquetes de cinco palabras que solo aparezcan en Austria o en Suiza no hemos encontrado. De nuevo observamos mayor afinidad entre los corpus de Alemania y Austria respecto al de Suiza.

La Tabla 43 muestra los paquetes léxicos de cinco palabras cuya frecuencia relativa destaca en uno de los países por encima de los otros dos subcorpus. Es destacable, asimismo, el hecho de que en Austria observamos el menor número de paquetes característicos respecto a Alemania y Suiza:

Austria	Suiza	Alemania
<i>an der Rezeption erhalten Sie</i>	<i>auf Anfrage und nach Verfügbarkeit</i>	<i>Aufenthalt so angenehm wie möglich</i>
<i>bei uns an der Rezeption</i>	<i>Bad mit Dusche und WC</i>	<i>Badezimmer mit Badewanne oder Dusche</i>
<i>erhalten Sie an der Rezeption</i>	<i>Badezimmer mit Dusche oder Badewanne</i>	<i>in allen Bereichen des Hotels</i>
<i>hier finden Sie alle Informationen</i>	<i>Badezimmer mit Dusche und WC</i>	<i>in der Nähe des Hotels</i>
<i>in unmittelbarer Nähe des Hotels</i>	<i>für Sie und Ihre Gäste</i>	<i>kostenfrei im Zimmer der Eltern</i>
<i>mit viel Liebe zum Detail</i>	<i>genau das Richtige für Sie</i>	<i>machen Sie einen Ausflug in</i>
<i>werfen Sie einen Blick auf</i>	<i>gönnen Sie sich eine Auszeit</i>	<i>rufen Sie uns an unter</i>
<i>werfen Sie einen Blick in</i>	<i>kostenlos im Zimmer der Eltern</i>	<i>Sie haben die Wahl zwischen</i>
	<i>über den Dächern der Stadt</i>	<i>Sie sind auf der Suche</i>

Austria	Suiza	Alemania
	<i>weitere Informationen finden Sie in</i>	<i>wir sind für Sie da</i>
	<i>wenige Gehminuten vom Hotel entfernt</i>	

Tabla 43. Paquetes léxicos de cinco palabras característicos de cada subcorpus

9.4. Paquetes léxicos con mayor frecuencia relativa en Austria

Los paquetes léxicos documentados cuya frecuencia normalizada destaca en el subcorpus de Austria respecto a los otros dos subcorpus asciende a 58, esto supone un 13 % del total en KoDeHo. La Tabla 44 muestra las frecuencias normalizadas en los tres subcorpus de los paquetes léxicos que se documentan mayoritariamente en el subcorpus de hoteles de Austria. De todos ellos son solo tres ejemplos los que no encontramos en los subcorpus de Alemania o Suiza, y son *das sagen unsere Gäste, gerne beraten wir Sie* y *wir bieten unseren Gästen*, paquetes con una incidencia mínima en el subcorpus austríaco. Sin embargo, la presencia en el texto de los clientes como protagonistas la encontramos en el frecuente paquete *für unsere Gäste*, así como en *für die ganze Familie*, que con ello expresa probablemente su posicionamiento, es decir, dirige su oferta especialmente, a un público más familiar frente al de negocios.

En Austria destacan *Anreise mit dem Auto* o *Anreise mit dem Flugzeug*, frente a *Anfahrt mit dem Auto* que aparecerá con más frecuencia en Alemania. Otro paquete léxico destacable que hace referencia al equipamiento es *Ausstattung der Zimmer*, nominalización preferida a su forma verbal *Zimmer sind ausgestattet mit*, más frecuente en Alemania. Asimismo destacan los paquetes que incluyen la secuencia *an der Rezeption*, como un lugar de referencia para los clientes, mientras que en Suiza observaremos la aparición frecuente de *in der Lobby*. Según el diccionario online Duden (2021) el sustantivo *Lobby* se trata de un anglicismo que viene marcado como propio del lenguaje culto, sin embargo, en nuestro corpus su uso lo valoramos con preferencia discursiva diatópica.

Los paquetes léxicos que incluyen la palabra *Nähe*, haciendo referencia a la cercanía del hotel a un punto de referencia de interés (turístico, de negocios, etc.), son destacables en Austria especialmente en la combinación *in unmittelbarer Nähe* frente a otras como *ganz in der Nähe* algo más frecuente en Alemania. En esta expresión de cercanía encontramos paquetes que hacen referencia a esta cercanía a partir de los pocos minutos, o pasos respecto al hotel. En este sentido observamos el paquete léxico *nur wenige Gehminuten* frente a *nur wenige Schritte* más presente en Suiza o *nur wenige Minuten* en Alemania. Igualmente observamos una frecuencia destacable en Austria de *bis zur Station*, frente a su uso en Alemania o Suiza. Respecto a aquellos paquetes que destacan la localización céntrica en la ciudad, destaca *im Zentrum von*, frente a otras variantes como *im Herzen von* o *im Herzen der*, preferidas en Alemania o Suiza respectivamente, aunque también las documentemos en Austria.

En el ámbito de la atención al cliente destaca *(mit) viel Liebe zum Detail*. Este paquete aparece en Austria intensificado con *viel* frente al más habitual en Alemania y Suiza *mit Liebe zum Detail*. Asimismo paquetes con cierto grado aparente de fijación como *rund um die Uhr* o *Start in den Tag* aparecen en el subcorpus austríaco de modo destacable.

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>an der Rezeption</i>	368.15	158.70	219.39
<i>mit dem Auto</i>	262.57	144.90	200.60
<i>in unmittelbarer Nähe</i>	195.88	106.95	134.18
<i>im Zentrum von</i>	154.21	82.80	71.79
<i>rund um die Uhr</i>	154.21	82.80	134.18
<i>für unsere Gäste</i>	129.20	17.25	83.19
<i>für die ganze Familie</i>	119.47	24.15	38.91
<i>Start in den Tag</i>	101.41	37.95	85.20
<i>Dusche oder Bad</i>	97.25	75.90	77.15
<i>bis zur Station</i>	95.86	3.45	7.38
<i>mit der Bahn</i>	86.13	51.75	71.12

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>Dusche oder Badewanne</i>	81.96	55.20	57.70
<i>Kunst und Kultur</i>	79.19	20.70	27.51
<i>und vieles mehr</i>	77.80	58.65	55.68
<i>mit dem Flugzeug</i>	70.85	48.30	42.94
<i>mit dem Bus</i>	70.85	17.25	47.63
<i>Anreise mit dem Auto</i>	63.90	20.70	32.87
<i>nur wenige Gehminuten</i>	63.90	34.50	48.30
<i>zur Verfügung gestellt</i>	62.52	17.25	30.19
<i>bei uns im Hotel</i>	59.74	13.80	18.11
<i>eine Vielzahl an</i>	55.57	17.25	22.81
<i>direkt beim Hotel</i>	51.40	17.25	7.38
<i>direkt im Hotel</i>	50.01	20.70	20.80
<i>Frühstück im Hotel</i>	47.23	20.70	12.08
<i>pro Person und Nacht</i>	47.23	24.15	14.76
<i>wie zum Beispiel</i>	47.23	17.25	28.18
<i>Sehenswürdigkeiten der Stadt</i>	45.84	10.35	25.49
<i>Tee und Kaffee</i>	45.84	17.25	30.19
<i>weitere Informationen zu</i>	45.84	13.80	28.18
<i>Ausstattung der Zimmer</i>	43.07	6.90	15.43
<i>bei der Reservierung</i>	41.68	6.90	15.43
<i>mit dem Rad</i>	41.68	3.45	20.80
<i>Anreise mit dem Flugzeug</i>	38.90	20.70	14.76
<i>mitten in der Stadt</i>	36.12	24.15	16.10
<i>um das Hotel</i>	36.12	17.25	28.85
<i>viel Liebe zum Detail</i>	34.73	24.15	24.82
<i>über die Dächer</i>	33.34	10.35	22.81
<i>um die Ecke</i>	33.34	13.80	20.80
<i>Tradition und Moderne</i>	31.95	17.25	18.79
<i>hier finden Sie alle Informationen</i>	30.56	6.90	2.01
<i>in den letzten Jahren</i>	30.56	13.80	4.03
<i>zu unserem Hotel</i>	30.56	10.35	21.47
<i>mit viel Liebe zum Detail</i>	29.17	13.80	21.47
<i>erhalten Sie an der Rezeption</i>	27.78	6.90	15.43
<i>Informationen finden Sie hier</i>	26.40	6.90	11.41
<i>für einen angenehmen Aufenthalt</i>	20.84	13.80	14.76
<i>für jeden Geschmack etwas</i>	20.84	13.80	8.72
<i>in unmittelbarer Nähe des Hotels</i>	20.84	6.90	13.42

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>bei uns an der Rezeption</i>	18.06	3.45	2.68
<i>werfen Sie einen Blick auf</i>	18.06	10.35	6.71
<i>werfen Sie einen Blick in</i>	18.06	3.45	7.38
<i>für jeden etwas dabei</i>	16.67	3.45	10.73
<i>bei uns im Haus</i>	15.28	10.35	10.73
<i>an der Rezeption erhalten Sie</i>	11.11	3.45	4.03
<i>buchen Sie Ihr Zimmer</i>	9.72	3.45	0.67
<i>das sagen unsere Gäste</i>	2.78	0.00	0.00
<i>gerne beraten wir Sie</i>	1.39	0.00	0.00
<i>wir bieten unseren Gästen</i>	1.39	0.00	0.00

Tabla 44. Paquetes léxicos destacados en Austria

9.5. Paquetes léxicos con mayor frecuencia relativa en Suiza

Los paquetes léxicos cuya frecuencia normalizada destaca en el subcorpus de Suiza, aparecen igualmente documentados en los otros dos subcorpus, pero en menor medida, a excepción de *gerne servieren wir Ihnen*. Del total de 454, son 69 los que encontramos mayoritariamente en dicho subcorpus, un 15 %. La Tabla 45 muestra los ejemplos encontrados con la frecuencia normalizada en los tres subcorpus.

En el subcorpus suizo es destacable la prevalencia de algunos paquetes léxicos frente a los subcorpus de Alemania y Austria. Entre ellos se encuentran aquellos que apelan al cliente y expresan promesas del servicio como *lassen Sie sich, kontaktieren Sie uns, profitieren Sie von, tauchen Sie ein, entspannen Sie sich* o *gönnen Sie sich eine Auszeit*. Igualmente es destacable la presencia del paquete *auf Anfrage und nach Verfügbarkeit*, muy por encima de su aparición en Alemania y Austria, mientras que en Alemania va a combinarse con la variante *auf Anfrage und Verfügbarkeit*.

Asimismo podemos observar la referencia destacada a algunos lugares del hotel como *auf der Terrasse, in der Lobby, in der Bar, an der Bar, an der Hotelbar*. Asimismo encontramos de manera más frecuente la referencia a las vistas desde el hotel por medio

de paquetes como *mit Blick auf, über den Dächern von, Blick auf die Stadt* o *Blick über die Stadt*. En cuanto a la referencia del hotel respecto al centro o proximidad a un lugar de interés, como hemos visto, *im Herzen der* y *nur wenige Gehminuten entfernt*.

Podemos destacar el paquete léxico que expresa cantidad *im Wert von*, frente a la presencia de *in Höhe von* en Alemania, y la baja incidencia de ambas en Austria. Asimismo el paquete referido al precio para niños y niñas *kostenlos im Zimmer der Eltern* destaca frente a la alternativa *kostenfrei im Zimmer der Eltern* en Alemania.

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>lassen Sie sich</i>	234.78	455.40	328.07
<i>wir freuen uns</i>	336.20	445.05	397.85
<i>Wir freuen uns auf</i>	161.15	234.60	226.09
<i>kontaktieren Sie uns</i>	106.97	224.25	107.34
<i>profitieren Sie von</i>	27.78	203.55	58.37
<i>mit Blick auf</i>	102.80	193.20	124.12
<i>Dusche und WC</i>	76.41	165.60	72.46
<i>im Herzen der</i>	97.25	134.55	118.75
<i>auf Anfrage und nach Verfügbarkeit</i>	13.89	124.20	40.93
<i>TV mit Radio</i>	9.72	113.85	26.17
<i>Bad oder Dusche</i>	26.40	103.50	36.23
<i>in der Lobby</i>	83.35	103.50	75.14
<i>Person im Doppelzimmer</i>	31.95	100.05	33.55
<i>pro Person im Doppelzimmer</i>	20.84	100.05	28.18
<i>im Wert von</i>	18.06	96.60	6.04
<i>Tauchen Sie ein</i>	29.17	93.15	30.19
<i>aus der Region</i>	44.46	86.25	57.70
<i>entspannen Sie sich</i>	25.01	86.25	30.19
<i>buchen Sie direkt</i>	23.62	82.80	34.89
<i>über den Dächern</i>	55.57	82.80	67.09
<i>auf die Stadt</i>	37.51	79.35	18.79
<i>im ganzen Haus</i>	30.56	79.35	34.89
<i>der ideale Ort</i>	19.45	75.90	17.44
<i>in der Bar</i>	12.50	69.00	29.52
<i>in Kombination mit</i>	16.67	69.00	19.46

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>auf der Terrasse</i>	23.62	65.55	26.17
<i>vor Ihrer Anreise</i>	19.45	65.55	22.14
<i>an der Bar</i>	22.23	58.65	26.17
<i>auf höchstem Niveau</i>	40.29	58.65	37.57
<i>mit dem Zug</i>	48.62	58.65	22.81
<i>rufen Sie uns an</i>	13.89	58.65	28.85
<i>die historische Altstadt</i>	12.50	55.20	24.82
<i>in der Altstadt von</i>	12.50	55.20	5.37
<i>mit Bad oder Dusche</i>	8.34	51.75	19.46
<i>nur wenige Schritte</i>	36.12	51.75	37.57
<i>Sie und Ihre Gäste</i>	13.89	51.75	30.19
<i>über den Dächern von</i>	26.40	51.75	20.13
<i>das ganze Jahr</i>	38.90	48.30	26.84
<i>Samstag und Sonntag</i>	11.11	48.30	35.56
<i>während Ihres Aufenthalts</i>	34.73	48.30	28.85
<i>Blick auf die Stadt</i>	15.28	44.85	9.39
<i>lässt keine Wünsche offen</i>	20.84	41.40	10.06
<i>das ganze Jahr über</i>	15.28	37.95	14.76
<i>der besonderen Art</i>	29.17	37.95	19.46
<i>Wahrzeichen der Stadt</i>	16.67	37.95	24.15
<i>wir kümmern uns um</i>	4.17	37.95	7.38
<i>im Herzen der Stadt</i>	25.01	34.50	32.20
<i>gönnen Sie sich eine Auszeit</i>	5.56	34.50	6.71
<i>kostenlos im Zimmer der Eltern</i>	4.17	34.50	7.38
<i>mitten in der Altstadt</i>	18.06	34.50	5.37
<i>Übernachtung im Doppelzimmer</i>	23.62	34.50	16.77
<i>an der Hotelbar</i>	26.40	31.05	16.10
<i>Badezimmer mit Dusche oder Badewanne</i>	15.28	31.05	17.44
<i>den perfekten Rahmen für</i>	11.11	31.05	14.76
<i>was das Herz begehrt</i>	20.84	31.05	6.71
<i>Blick über die Stadt</i>	5.56	27.60	12.75
<i>genau das Richtige für Sie</i>	11.11	27.60	12.75
<i>nur wenige Schritte vom</i>	12.50	27.60	14.09
<i>Informationen finden Sie in</i>	1.39	24.15	12.08
<i>Bad mit Dusche und WC</i>	2.78	20.70	12.08
<i>weitere Informationen finden Sie in</i>	0.00	20.70	6.71
<i>wir beraten Sie gern</i>	11.11	20.70	11.41

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>wir beraten Sie gerne</i>	11.11	20.70	8.72
<i>Badezimmer mit Dusche und WC</i>	13.89	17.25	12.75
<i>für Sie und Ihre Gäste</i>	8.34	17.25	7.38
<i>über den Dächern der Stadt</i>	8.34	17.25	10.06
<i>wenige Gehminuten vom Hotel</i>	6.95	17.25	8.05
<i>wenige Gehminuten vom Hotel entfernt</i>	4.17	17.25	6.04
<i>gerne servieren wir Ihnen</i>	0.00	3.45	0.00

Tabla 45. Paquetes léxicos destacados en Suiza

9.6. Paquetes léxicos con mayor frecuencia relativa en Alemania

Los paquetes léxicos que aparecen en Alemania son mayoritariamente aunque muy ligeramente, los más numerosos, 71 de 454, lo que supone un 16 % del total documentados en KoDeHo. La Tabla 46 muestra los paquetes con la frecuencia normalizada por millón en cada uno de los subcorpus y ordenados por la frecuencia encontrada en el de Alemania. Como se puede observar, en este caso son ocho los ejemplos que no se encuentran documentados en los subcorpus de Austria y Suiza, a saber, *kostenfrei im Bett der Eltern*, *Anreise am Freitag oder Samstag*, *haben Sie die Wahl zwischen*, *speziell auf die Bedürfnisse von*, *hier finden Sie uns*, *unsere Restaurants und Bars*, *seien Sie unser Gast* y *alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer*. Como hemos visto hasta ahora algunos de estos paquetes tienen variantes en los otros subcorpus por la preferencia de algún otro elemento léxico sinónimo presente en paquetes léxicos como sería, por ejemplo, la variante en Suiza *kostenlos im Bett der Eltern*.

Asimismo son destacables las diversas formas de hacer referencia al hotel, tales como *in unserem Hotel*, *im gesamten Hotel*, *in unserem Haus*, frente a *im ganzen Hotel* o especialmente *im ganzen Haus* en Suiza. En este sentido, el hotel es igualmente caracterizado como un hogar temporal *Zuhause auf Zeit*. Por otra parte, suele emplearse las palabras *Ort* y *Rahmen*, pero combinadas de manera diferente con los adjetivos *ideal* y *perfekt* en Alemania y Suiza. Mientras que en Alemania aparece de manera más

frecuente la secuencia *perfekte Ort für y den idealen Rahmen für*, en Suiza es más frecuente la combinación *der ideale Ort y den perfekten Rahmen für*. El paquete *der ideale Ausgangspunkt*, será característico de los subcorpus de Alemania y Austria frente al de Suiza.

En el subcorpus de Alemania destacan además los paquetes relacionados con la posibilidad de celebrar diferentes eventos en el establecimiento hotelero, como puede ser *für Ihre Veranstaltung, Tagungen und Veranstaltungen* o *für Ihre Tagung*, probablemente por la mayor oferta de servicios por parte de los hoteles a empresas como público objetivo. En este sentido encontramos también la secuencia *eine Flasche Mineralwasser*, que denota la tradición de obsequiar en Alemania una botella de agua, probablemente no así en Austria y Suiza, y *Flachbildfernseher mit Kabel-TV*, un elemento del equipamiento que no se menciona en el subcorpus suizo. En Suiza, la referencia a la existencia de un televisor viene marcada por la secuencia *TV mit Radio*, que apenas se documenta en Austria.

En el ámbito de las promesas que realiza el hotel al cliente son destacables los paquetes *die Seele baumeln lassen* e *immer eine Reise wert*, que aparecen en los tres subcorpus, pero con una frecuencia relativa mayor en Alemania. Otro paquete, que resulta una variante a *in der Stadt*, es *in der City*, especialmente debido a la influencia la internacionalidad de los alojamientos berlineses.

Respecto a las interpelaciones al potencial cliente, destaca en Alemania el paquete léxico *zögern Sie nicht*, que anima a este a decidirse rápidamente por contratar los servicios del hotel.

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>in der Nähe</i>	188.94	103.50	230.12
<i>bieten wir Ihnen</i>	109.75	134.55	223.41
<i>in unserem Hotel</i>	126.42	86.25	181.81
<i>bitte beachten Sie</i>	129.20	100.05	170.41
<i>im gesamten Hotel</i>	115.31	37.95	159.00

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>in unserem Haus</i>	90.30	24.15	134.18
<i>Bad mit Dusche</i>	84.74	62.10	132.17
<i>Badezimmer mit Dusche</i>	87.52	86.25	120.09
<i>wir bieten Ihnen</i>	80.58	82.80	106.67
<i>im Herzen von</i>	88.91	82.80	105.33
<i>erfahren Sie mehr</i>	43.07	62.10	104.66
<i>ein individuelles Angebot</i>	18.06	27.60	93.93
<i>für Ihre Veranstaltung</i>	56.96	31.05	93.93
<i>auf einen Blick</i>	63.90	37.95	81.85
<i>von hier aus</i>	38.90	31.05	65.75
<i>je nach Verfügbarkeit</i>	41.68	41.40	63.06
<i>unser reichhaltiges Frühstück</i>	33.34	20.70	60.38
<i>auf Ihrem Zimmer</i>	40.29	41.40	54.34
<i>mit einem Doppelbett</i>	27.78	20.70	54.34
<i>Tagungen und Veranstaltungen</i>	9.72	6.90	53.00
<i>für Ihre Tagung</i>	20.84	6.90	50.32
<i>mit der S-Bahn</i>	11.11	24.15	50.32
<i>eine Flasche Mineralwasser</i>	5.56	10.35	44.28
<i>für jeden Anlass</i>	19.45	27.60	43.61
<i>in Höhe von</i>	9.72	13.80	42.94
<i>während Ihres Aufenthaltes</i>	19.45	31.05	42.27
<i>fragen Sie uns</i>	13.89	20.70	41.60
<i>unser reichhaltiges Frühstücksbuffet</i>	29.17	17.25	41.60
<i>mit dem PKW</i>	16.67	17.25	40.25
<i>in der Zeit</i>	27.78	17.25	38.91
<i>zögern Sie nicht</i>	8.34	13.80	38.91
<i>in der City</i>	13.89	13.80	38.24
<i>Zimmer sind ausgestattet mit</i>	19.45	10.35	38.24
<i>in der Regel</i>	23.62	17.25	37.57
<i>in allen Bereichen des Hotels</i>	4.17	10.35	36.90
<i>Telefon mit Anrufbeantworter</i>	4.17	6.90	36.90
<i>Bügeleisen und Bügelbrett</i>	2.78	6.90	35.56
<i>Doppelbett oder zwei Einzelbetten</i>	8.34	3.45	31.53
<i>Zuhause auf Zeit</i>	5.56	13.80	30.86
<i>mit der Familie</i>	19.45	10.35	30.19
<i>Leistungen und praktische Informationen</i>	8.34	3.45	26.17
<i>rufen Sie uns an unter</i>	1.39	6.90	24.15

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>Aufenthalt so angenehm wie möglich</i>	8.34	10.35	23.48
<i>auf Anfrage und Verfügbarkeit</i>	4.17	3.45	22.81
<i>nach Wahl des Küchenchefs</i>	8.34	3.45	22.81
<i>Sie sind auf der Suche</i>	15.28	3.45	22.81
<i>die Seele baumeln lassen</i>	9.72	13.80	22.14
<i>wir sind für Sie da</i>	12.50	6.90	22.14
<i>Anfahrt mit dem Auto</i>	8.34	6.90	20.80
<i>ein individuelles Angebot für</i>	5.56	13.80	20.80
<i>ganz nach Ihren Wünschen</i>	9.72	13.80	20.80
<i>Sie haben die Wahl zwischen</i>	15.28	3.45	20.13
<i>für einen längeren Aufenthalt</i>	13.89	3.45	19.46
<i>Aufenthalt in unserem Hotel</i>	11.11	10.35	17.44
<i>in der Nähe des Hotels</i>	11.11	3.45	17.44
<i>handelt es sich um</i>	5.56	3.45	16.77
<i>immer eine Reise wert</i>	8.34	3.45	16.77
<i>kostenfrei im Bett der Eltern</i>	0.00	0.00	15.43
<i>machen Sie einen Ausflug in</i>	4.17	3.45	15.43
<i>Anreise am Freitag oder Samstag</i>	0.00	0.00	14.76
<i>den idealen Rahmen für</i>	9.72	3.45	14.76
<i>in der Nähe von</i>	6.95	6.90	13.42
<i>kostenfrei im Zimmer der Eltern</i>	1.39	3.45	13.42
<i>der perfekte Ort für</i>	2.78	6.90	12.75
<i>nach einem langen Tag</i>	5.56	6.90	12.75
<i>Badezimmer mit Badewanne oder Dusche</i>	4.17	3.45	12.08
<i>haben Sie die Wahl zwischen</i>	0.00	0.00	12.08
<i>in nur wenigen Gehminuten</i>	4.17	6.90	11.41
<i>speziell auf die Bedürfnisse von</i>	0.00	0.00	10.73
<i>hier finden Sie uns</i>	0.00	0.00	2.68
<i>unsere Restaurants und Bars</i>	0.00	0.00	2.68
<i>seien Sie unser Gast</i>	0.00	0.00	2.01
<i>alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer</i>	0.00	0.00	0.67

Tabla 46. Paquetes léxicos destacados en Alemania

9.7. Paquetes léxicos que solo aparecen en Alemania y Austria

Los secuencias léxicas que aparecen en Austria y Alemania y que en Suiza no aparecen, o bien los encontramos con una frecuencia mucho menor, suman un total de 94, un 21 % del total. Es destacable que el número de ellos que no están documentados en Suiza alcanza el 50 % de ellos, a diferencia de paquetes que aparecen en dicho subgrupo y no en Alemania o Austria. Algunos de ellos no aparecen por la propia infraestructura en ciudades suizas como *mit der U-Bahn* o *die öffentlichen Verkehrsmittel*, o por diferente denominación como es el caso de *mit dem Fahrrad* o *mit dem Rad*. En Suiza se denomina a la bicicleta con el galicismo *Velo*, sin embargo, no aparece documentado con una frecuencia destacada.

Otros paquetes léxicos que tampoco están documentados en Suiza son algunos relacionados con la localización del hotel en un lugar central o atractivo de la ciudad, a saber, *zu Fuss zu erreichen* o *erreichen Sie zu Fuß*⁹, *die zentrale Lage*, *Blick über die Dächer*, *in nur wenigen Minuten*, *im Zentrum der Stadt* o *in der Innenstadt von*.

Por lo que se refiere a la oferta del desayuno, es significativo los pocos casos documentados de la secuencia *ein reichhaltiges Frühstücksbuffet* y variantes de la misma, en contraste con su frecuencia en Alemania y Austria. Esto se debe a la mayor frecuencia de la alternativa *reichhaltiges Frühstück vom Buffet* en Suiza, que también está documentada en Alemania. La Tabla 47 muestra los paquetes que aparecen mayoritariamente en Austria y Alemania con sus frecuencias correspondientes normalizadas por millón y ordenados por los valores en el subcorpus de Austria.

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>in der Nähe</i>	188.94	103.50	230.12
<i>in den Tag</i>	155.59	75.90	158.33
<i>rund um die Uhr</i>	154.21	82.80	134.18
<i>mit der U-Bahn</i>	97.25	0.00	41.60

⁹ La norma ortográfica en Suiza no contempla la letra *ß*, sino *ss* en su lugar.

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>in allen Zimmern</i>	94.47	51.75	120.09
<i>in der Umgebung</i>	72.24	41.40	80.51
<i>sichern Sie sich</i>	69.46	13.80	79.84
<i>mit öffentlichen Verkehrsmitteln</i>	68.07	37.95	65.75
<i>mit dem Fahrrad</i>	59.74	6.90	32.87
<i>Lage des Hotel</i>	51.40	20.70	65.08
<i>ein reichhaltiges Frühstück</i>	50.01	10.35	44.28
<i>die zentrale Lage</i>	48.62	13.80	46.96
<i>Lage des Hotels</i>	48.62	17.25	61.05
<i>bequem zu Fuß</i>	47.23	3.45	43.61
<i>wie zu Hause</i>	47.23	31.05	48.30
<i>zum Preis von</i>	47.23	20.70	41.60
<i>Zimmer mit Verbindungstür</i>	45.84	6.90	50.99
<i>auf der linken Seite</i>	44.46	13.80	43.61
<i>ein reichhaltiges Frühstücksbuffet</i>	43.07	3.45	29.52
<i>eine große Auswahl</i>	43.07	6.90	75.81
<i>der ideale Ausgangspunkt</i>	41.68	13.80	36.90
<i>mit dem Rad</i>	41.68	3.45	20.80
<i>die öffentlichen Verkehrsmittel</i>	38.90	17.25	40.93
<i>schreiben Sie uns</i>	37.51	24.15	38.91
<i>Speisen und Getränke</i>	37.51	10.35	56.36
<i>nur wenige Minuten</i>	34.73	20.70	36.23
<i>für Ihre Feier</i>	33.34	6.90	29.52
<i>im gesamten Haus</i>	33.34	13.80	34.89
<i>auf Ihre Anfrage</i>	31.95	10.35	37.57
<i>mit viel Liebe zum Detail</i>	29.17	13.80	21.47
<i>Sie haben die Wahl</i>	29.17	13.80	33.55
<i>an unserer Rezeption</i>	27.78	17.25	30.86
<i>der ideale Ausgangspunkt für</i>	27.78	3.45	26.84
<i>rund um die Uhr geöffnet</i>	27.78	10.35	24.15
<i>biegen Sie rechts</i>	26.40	13.80	30.86
<i>zu Fuß erreichbar</i>	25.01	6.90	25.49
<i>ausreichend Platz für</i>	23.62	10.35	19.46
<i>nichts mehr im Weg</i>	23.62	0.00	8.72
<i>für einen guten Start in</i>	22.23	10.35	20.13
<i>genießen Sie Ihren Aufenthalt in</i>	22.23	0.00	18.11
<i>im Bett der Eltern</i>	22.23	3.45	38.91

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>mit Rat und Tat</i>	20.84	0.00	24.82
<i>schnell und bequem</i>	20.84	6.90	23.48
<i>WLAN im gesamten Hotel</i>	20.84	3.45	20.80
<i>zu Fuß zu erreichen</i>	20.84	0.00	22.14
<i>ganz in der Nähe</i>	19.45	13.80	23.48
<i>mit der Familie</i>	19.45	10.35	30.19
<i>Übernachtungen im Doppelzimmer</i>	19.45	3.45	27.51
<i>Blick über die Dächer</i>	18.06	6.90	16.10
<i>nichts mehr im Wege</i>	18.06	0.00	5.37
<i>wie zu Hause fühlen</i>	18.06	10.35	20.13
<i>direkt vor der Tür</i>	16.67	0.00	14.76
<i>das Hotel befindet sich auf</i>	15.28	0.00	20.13
<i>erreichen Sie zu Fuß</i>	15.28	0.00	8.05
<i>in nur wenigen Minuten</i>	15.28	0.00	12.08
<i>Sie haben die Wahl zwischen</i>	15.28	3.45	20.13
<i>Sie sind auf der Suche</i>	15.28	3.45	22.81
<i>erreichen Sie das Hotel</i>	13.89	3.45	13.42
<i>für Groß und Klein</i>	13.89	0.00	11.41
<i>im Zentrum der Stadt</i>	13.89	0.00	14.76
<i>schreiben Sie uns eine E-Mail</i>	13.89	3.45	9.39
<i>auf der rechten Straßenseite</i>	12.50	0.00	12.08
<i>für die öffentlichen Verkehrsmittel</i>	12.50	0.00	20.80
<i>für Familien mit Kindern</i>	12.50	6.90	12.08
<i>in den Tag starten</i>	12.50	3.45	14.09
<i>perfekten Start in den Tag</i>	12.50	0.00	16.10
<i>pro Nacht und Zimmer</i>	12.50	0.00	15.43
<i>alle Zimmer sind ausgestattet mit</i>	11.11	0.00	14.09
<i>in der Nähe des Hotels</i>	11.11	3.45	17.44
<i>lassen Sie sich verzaubern</i>	11.11	0.00	3.35
<i>bei der Planung Ihrer Veranstaltung</i>	9.72	0.00	7.38
<i>genießen Sie Ihren Aufenthalt</i>	9.72	0.00	4.70
<i>unser Hotel befindet sich in</i>	9.72	0.00	7.38
<i>auf der linken Straßenseite</i>	8.34	0.00	11.41
<i>in der Nähe unseres Hotels</i>	8.34	0.00	22.81
<i>alle Preise verstehen sich inklusive</i>	6.95	0.00	8.72
<i>mit einer Größe von</i>	6.95	0.00	26.84
<i>wir bitten um Ihr Verständnis</i>	6.95	0.00	6.04

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>in der Innenstadt von</i>	5.56	0.00	11.41
<i>in wenigen Minuten zu Fuß</i>	5.56	0.00	8.05
<i>mit einer großen Auswahl</i>	5.56	0.00	11.41
<i>Aufenthalt in unserem Haus</i>	4.17	0.00	17.44
<i>bei uns können Sie</i>	4.17	0.00	1.34
<i>Flachbildfernseher mit Kabel-TV</i>	4.17	0.00	30.86
<i>mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet</i>	4.17	0.00	13.42
<i>bequem zu Fuß zu erreichen</i>	2.78	0.00	8.72
<i>die Zimmer verfügen über</i>	2.78	0.00	0.67
<i>durch die zentrale Lage</i>	2.78	0.00	3.35
<i>gerne helfen wir Ihnen</i>	1.39	0.00	1.34
<i>so finden Sie uns</i>	1.39	0.00	1.34
<i>sprechen Sie uns an</i>	1.39	0.00	13.42
<i>weitere Informationen erhalten Sie</i>	1.39	0.00	2.68
<i>wir freuen uns darauf</i>	1.39	0.00	2.68
<i>wir würden uns freuen</i>	1.39	0.00	0.67

Tabla 47. Paquetes léxicos destacados en Austria y Alemania frente a Suiza

9.8. Paquetes léxicos que solo aparecen en Alemania y Suiza

Los paquetes léxicos que aparecen en Alemania y Suiza mayoritariamente son tan solo 26 de 454, es decir, un 5,7 % del total. Aquellos que no encontramos documentados en el subcorpus austríaco, ascienden a seis, a saber, *Entfernung vom Hotel*, *weitere Informationen finden Sie in*, *alle Zimmer verfügen über*, *herzlich Willkommen im Hotel*, *ausgestattet mit einem Doppelbett* y *Schreibtisch in allen Zimmern*. Los paquetes restantes en este grupo aparecen sin embargo con una frecuencia menor, pero relativamente frecuente también en Austria, como por ejemplo *auf dem Zimmer* cuya variante austríaca más frecuente es *am Zimmer*. Dicha secuencia ha quedado consecuentemente fuera de nuestro análisis por constar de dos palabras.

La Tabla 48 muestra los paquetes léxicos en KoDeHo que aparecen mayoritariamente en Suiza y Alemania, o que no aparecen en el subcorpus de Austria, ordenados por el valor de la frecuencia normalizada en el subcorpus de Suiza.

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>Preis pro Person</i>	84.74	162.15	132.17
<i>auf dem Zimmer</i>	29.17	158.70	154.31
<i>auf Ihren Besuch</i>	79.19	103.50	116.07
<i>Zimmer und Suiten</i>	75.02	93.15	96.61
<i>wir freuen uns auf Sie</i>	61.13	86.25	85.20
<i>lassen Sie sich von uns</i>	44.46	58.65	56.36
<i>Badezimmer mit Bad</i>	30.56	51.75	52.33
<i>Aufenthalt bei uns</i>	33.34	44.85	44.95
<i>Bademantel und Slipper</i>	9.72	44.85	44.95
<i>auf dieser Seite</i>	22.23	37.95	38.24
<i>an unserer Hotelbar</i>	9.72	24.15	28.18
<i>mit der S-Bahn</i>	11.11	24.15	50.32
<i>Entfernung vom Hotel</i>	0.00	20.70	269.70
<i>weitere Informationen finden Sie in</i>	0.00	20.70	6.71
<i>WLAN im ganzen Haus</i>	1.39	20.70	9.39
<i>Ihren Aufenthalt bei uns</i>	8.34	17.25	20.80
<i>reichhaltiges Frühstück vom Buffet</i>	5.56	17.25	16.10
<i>erfahren Sie mehr über</i>	2.78	13.80	10.73
<i>alle Zimmer verfügen über</i>	0.00	10.35	0.67
<i>herzlich Willkommen im Hotel</i>	0.00	10.35	1.34
<i>immer für Sie da</i>	5.56	10.35	10.06
<i>mit Liebe zum Detail</i>	2.78	10.35	12.08
<i>gibt es viel zu entdecken</i>	1.39	6.90	10.06
<i>rufen Sie uns an unter</i>	1.39	6.90	24.15
<i>ausgestattet mit einem Doppelbett</i>	0.00	3.45	34.89
<i>Schreibtisch in allen Zimmern</i>	0.00	3.45	21.47

Tabla 48. Paquetes léxicos destacados en Suiza y Alemania frente a Austria

9.9. Paquetes léxicos que solo aparecen en Austria y Suiza

Los paquetes léxicos en KoDeHo que aparecen mayoritariamente en los subcorpus de Austria y Suiza representan tan solo un 2,6 %. Únicamente la secuencia *für Ihr Seminar*

no la encontramos documentada en Alemania, probablemente como se ha comentado más arriba, por la preferencia a generalizar estos eventos con la alternativa de *Veranstaltung* o *Anlass*. El resto aparece en un porcentaje comparativamente menor. La Tabla 49 muestra los paquetes léxicos que aparecen mayoritariamente en Austria y Suiza, con una baja frecuencia en Alemania, ordenados por la frecuencia normalizada por millón en Austria. Nos llama atención la presencia menor en Alemania de la secuencia *nach Lust und Laune*.

Paquete léxico	Austria Frec. norm.	Suiza Frec. norm.	Alemania Frec. norm.
<i>in der Stadt</i>	158.37	193.20	80.51
<i>für Ihr Seminar</i>	94.47	27.60	0.00
<i>in der Altstadt</i>	94.47	96.60	35.56
<i>für jeden Geschmack</i>	58.35	58.65	45.62
<i>vor der Haustür</i>	30.56	31.05	12.75
<i>Aufenthalt im Hotel</i>	33.34	34.50	15.43
<i>direkt vor dem Hotel</i>	33.34	31.05	21.47
<i>Doppelzimmer zur Einzelnutzung</i>	26.40	37.95	12.75
<i>Ihre Nutzung der Website</i>	18.06	20.70	2.01
<i>im Wert von</i>	18.06	96.60	6.04
<i>nach Lust und Laune</i>	18.06	20.70	8.05
<i>werfen Sie einen Blick auf</i>	18.06	10.35	6.71

Tabla 49. Paquetes léxicos destacados en Austria y Suiza frente Alemania

9.10. Conclusiones del contraste diatópico

Podemos concluir en este punto que la mayoría de paquetes, independientemente de su longitud, aparecen en los tres subcorpus. En cambio hay un porcentaje de paquetes que aparece únicamente en uno o dos corpus, siendo las similitudes mayores entre los corpus de Alemania y Austria, frente al de Suiza. La Figura 41 muestra una comparativa de los porcentajes según la longitud del paquete léxico. Los paquetes más largos tienden

a ser menos comunes y a ofrecer más variación, pese a ser esta semejante en los paquetes de cuatro y cinco palabras.

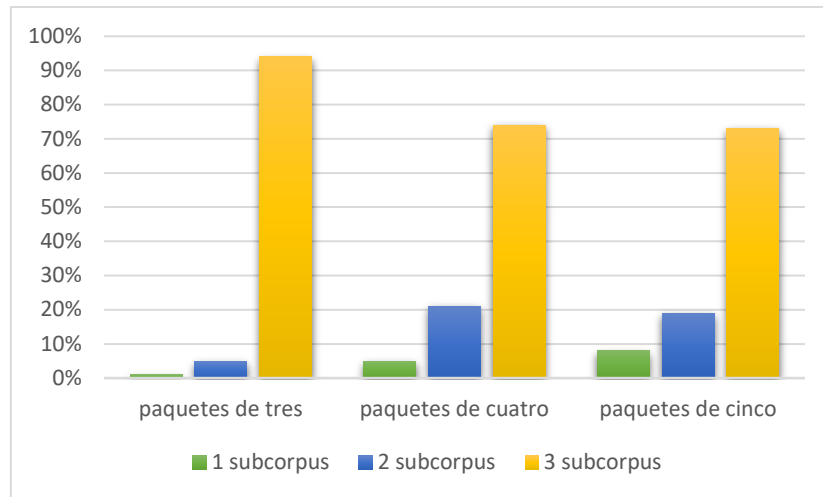


Figura 41. Porcentaje de paquetes según tamaño en los tres subcorpus

Asimismo hemos podido constatar que de aquellos paquetes que aparecen en los tres subcorpus solo una parte de ellos tienen una frecuencia relativa semejante. En el caso de los paquetes de tres palabras es del 55 %, en el de paquetes de cuatro es del 37,5 % y de los de cinco es del 28,6 %. Por lo tanto, cuanto más pequeño es el paquete, mayor semejanza hay en el uso del mismo en los subcorpus. Consecuentemente, cuanto más amplio es el paquete, subyacen en mayor medida peculiaridades de orden diatópico. En consecuencia, las diferencias expresivas no son centrales o sistémicas en los tres subcorpus. Estas las agrupamos más bien en torno a dos causas: por razones de infraestructura o similar, y por preferencias regionales respecto al vocabulario o prescripción ortográfica. Así, por ejemplo, *Anfahrt mit dem Auto*, frente a *Anreise mit dem Auto*, o *kostenlos* o *kostenfrei*, o *Aufenthalt im Hotel* o *im Haus*, o *idealen Rahmen* *perfekten Rahmen*, *perfekten Ort*

Como hemos podido observar, en el subcorpus de Austria encontramos menos ejemplos de paquetes léxicos que tienen una mayor frecuencia relativa que en el resto de subcorpus, por detrás de Suiza y Alemania que presentan algunos más. En consecuencia

podemos pensar que en Austria hay más variabilidad en la expresión. Sin embargo, de los paquetes que aparecen únicamente en dos países, lo hacen en su mayoría en Alemania y Austria. En el caso de los paquetes de tres palabras son cinco de siete (71 %) los que no aparecen en Suiza, en los de cuatro 29 de 35 (83 %) y en los de cinco 11 de 13 (85 %). En consecuencia, el subcorpus de Suiza ofrece mayores diferencias respecto a los de Austria y Alemania.

10. CONCLUSIONES

10.1. Conclusiones generales.....	237
10.2. Líneas futuras de investigación	246

10.1. Conclusiones generales

El estudio presentado ha sido propuesto como una investigación sobre la fraseología de las páginas web hoteleras en alemán, acompañado del análisis estructural y semántico-funcional de los paquetes léxicos más relevantes y característicos de estos textos. Asimismo, la investigación ha querido indagar en las posibles diferencias entre páginas alojadas en países de lengua alemana, entendiendo que el alemán corresponde a un uso nativo en los mismos, y no es producto de la traducción. La finalidad de dicho análisis ha residido en obtener un conjunto de paquetes léxicos característicos de estos textos que pueda tener una aplicación posterior para la enseñanza del alemán con fines específicos en el ámbito de la hostelería, entendida como campo especializado dentro del turismo, y, por otra parte, para la mejora de traducciones o redacción de este tipo de páginas por hablantes no nativos.

Como base para la investigación se ha elaborado un corpus de páginas web hoteleras en alemán que hemos denominado KoDeHo (*Korpus der Deutschsprachigen Hotelwebseiten*). El diseño y compilación de un corpus propio en lengua alemana, con un total de 2.334.787 palabras, es uno de los logros del presente trabajo y ha sido diseñado consecuentemente en función de los objetivos del mismo, como se aprecia en su carácter monolingüe alemán, pero además en su estructura, subdividido en tres subcorpus con textos procedentes de Alemania, Austria y Suiza (selección de cantones), y que son de interés para detectar posibles diferencias, pero también similitudes, que podemos adscribir al carácter diatópico o atribuible a diferencias discursivas. Los textos recogidos han sido aquellos promocionales no estáticos. Esto implica que han quedado excluidos textos que ofrecen informaciones detalladas de algunos de los servicios ofertados por el hotel, como por ejemplo menús o tipos de salones, por una parte, y formularios, preguntas frecuentes o textos de carácter jurídico-mercantil como las condiciones de contratación o política de la empresa hotelera, por la otra. Por tanto, el corpus que hemos elaborado posee un carácter exclusivamente textual y deja al margen aspectos multimodales que en el ámbito promocional de los hoteles tienen una importancia dispar.

La metodología de corpus se ha revelado como fundamental para este tipo de análisis de las páginas web hoteleras en alemán, ante la necesidad de obtener conclusiones derivadas de amplias muestras de la lengua en uso que nos indicaran cuáles son las rutinas lingüísticas empleadas en estos textos a partir de paquetes léxicos.

Al inicio del trabajo planteamos seis objetivos o preguntas a las que vamos a dar respuesta en este apartado. El primer objetivo marcado era identificar aquellos paquetes léxicos, definidos por Biber et al. (1999) como las secuencias continuas de palabras que permiten diferenciar registros. La metodología escogida está justificada por haber servido a estudios no solo sobre discurso específico, sino en concreto, a estudios de fraseología de páginas web hoteleras en el ámbito anglosajón, con el transfondo asimismo de un interés pedagógico o traductológico. En este sentido, se trata sin embargo, de un trabajo pionero en alemán, dado que los estudios previos utilizando paquetes léxicos han sido principalmente en lengua inglesa sobre registros o discursos específicos en inglés, mientras que esta metodología apenas se ha empleado para investigaciones sobre el alemán, y en ningún caso sobre el alemán de turismo.

Biber et al. (1999: 992) habían observado que las secuencias de tres palabras en inglés son menos fraseológicas, desde el punto de vista semántico-funcional, y más comunes que las de cuatro, cinco o seis palabras, siendo las de cuatro las más relevantes para su estudio (cf. Fuster-Márquez, 2014: 89). En alemán, al no encontrar estudios al respecto, decidimos llevar a cabo un análisis independiente por tamaño de entre tres y cinco palabras. Los resultados nos han mostrado que en alemán las combinaciones de cuatro palabras son también las más estables e interesantes para el estudio de estos textos, siendo las secuencias de tres palabras paquetes vagamente definidos en lo referente a estructuras y funciones. Esta poca claridad se debe probablemente a la alta frecuencia de las palabras que los componen. En nuestro análisis para el alemán hemos constatado igualmente el hecho de que las secuencias de tres palabras no ofrecen una serie muy definida de estructuras y funciones semánticas o discursivas, a diferencia de las secuencias de un mínimo de cuatro palabras, que se caracterizan por una mayor claridad

al respecto. Los paquetes léxicos de cinco palabras son, sin embargo, comprensiblemente debido a su longitud, más escasos y específicos.

En el proceso de filtrado de los paquetes, nos hemos orientado por los trabajos anteriores (§6.2, §7.2.), si bien hemos introducido algunas variantes metodológicas que nos han parecido oportunas. Hemos tenido en cuenta umbrales de frecuencia y el hecho de que no aparecieran agrupados en un mismo texto o cadena hotelera, intentando evitar dar importancia excesiva a combinaciones propuestas por un único redactor, es decir, hemos destartado secuencias excesivamente idiosincráticas. A partir de aquí, con el objetivo de ordenarlos por relevancia como elementos característicos de los textos objeto de estudio, hemos considerado asimismo el índice de información mutua y su especificidad en nuestro corpus específico respecto a un corpus general del alemán. La combinación de distintos índices estadísticos nos ha ayudado a no sesgar los datos por focalizarlos en tan solo una variable y a ponderar todas las variables cuantitativas consideradas importantes en la determinación de la tipicidad de nuestro corpus de discurso hotelero. Un elemento de innovación de índole cuantitativa en este estudio ha sido el empleo de un índice que hemos denominado *valor mixto*, el cual tiene en cuenta estas tres variables, a saber, el índice de información mutua, la frecuencia normalizada y el índice *simple maths*, las cuales nos ofrecían resultados diferenciados.

El segundo objetivo propuesto fue el de analizar las estructuras de los paquetes léxicos para desvelar si hay o no regularidades entre ellos. De cara a su clasificación estructural básica seguimos a Fuster-Márquez y otros estudios sobre paquetes léxicos en registros especializados, y agrupamos los mismos según presentaran una estructura dominante nominal, verbal o preposicional. Finalmente hemos concluido que hay una correlación entre la longitud del paquete y su estructura, en cuanto que los paquetes de tres palabras tienden a mostrar una estructura preposicional, seguida de una verbal. Los resultados obtenidos de los paquetes de cuatro palabras han sido comparados con los logrados por Fuster-Márquez (2014) sobre páginas web hoteleras en inglés. En ambos estudios son las estructuras nominales las menos habituales, con un 20 % en inglés frente a un 26 % en alemán. En cambio, mientras que en inglés las estructuras verbales (48 %)

predominan frente a las preposicionales (43 %), en alemán constatamos un predominio de las estructuras preposicionales (43 %) por encima de las verbales (31 %).

Una vez analizado en más detalle cada uno de estos tres grupos estructurales, hemos concluido que casi el 50 % de los paquetes de cuatro palabras tienen una misma estructura, la de sintagma nominal seguido de sintagma preposicional (*viel Liebe zum Detail, Start in den Tag, Blick über die Dächer*), lo que le convierte en el grupo más homogéneo. A continuación, un 22 % de dichos paquetes presentan una estructura compuesta por sintagma nominal y preposición (*der ideale Ausgangspunkt für, den perfekten Rahmen für, einen angenehmen Aufenthalt in*). En el caso de los paquetes de tres palabras son tres las estructuras más recurrentes: sintagma nominal seguido de sintagma preposicional (*Preis pro Person, Entfernung von Hotel, Liebe zum Detail*), sintagma nominal aislado (*en individuelles Angebot, der ideale Ausgangspunkt, die zentrale Lage*) y dos sintagmas nominales unidos por una conjunción (*Badewanne oder Dusche, Speisen und Getränke, Kunst und Kultur*). Los paquetes de cinco palabras son aquellos que muestran una estructura más variable (*guten Start in den Tag, Badezimmer mit Dusche oder Badewanne, Aufenthalt so angenehm wie möglich*), ya que en el 36 % de los casos se trata de estructuras que solo aparecen una vez. Sin embargo, en los paquetes de tres y cuatro palabras, vuelve a destacar la estructura de sintagma nominal y sintagma preposicional (21 %), compartida por el resto de grupos, y esta misma estructura ampliada con una conjunción y otro sintagma nominal (43 %).

Respecto a las estructuras preposicionales hemos observado que los paquetes de tres palabras son los más estables y presentan la estructura básica de sintagma preposicional formada por una preposición y un sintagma nominal (*in unmittelbare Nähe, aus aller Welt, auf höchstem Niveau*). Los paquetes de cinco palabras con estructura preposicional son escasos pero presentan gran diversidad, siendo gran parte de ellos variaciones de una misma secuencia (*in der Nähe unseres Hotels, in unmittelbarer Nähe des Hotels, in der Nähe des Hotels*). Los paquetes de cuatro palabras cuentan con una gama de tres estructuras preposicionales algo más recurrentes que representan el 77 % de

los casos (*zu einem unvergesslichen Erlebnis, mit Rat und Tat, über den Dächern der Stadt*).

Una vez analizadas las estructuras verbales podemos concluir que en su mayoría (59 %) se dirigen explícitamente al potencial cliente con la forma de cortesía *Sie*, ya sea mediante una forma imperativa (*bitte beachten Sie, lassen Sie sich von uns, sichern Sie sich*) o indicativa en presente (*Sie haben die Wahl zwischen, so erreichen Sie uns, Informationen finden Sie hier*). La forma *du*, de carácter informal para la segunda persona del singular también aparece en el corpus, sin embargo no lo hace con una recurrencia destacable, por ello no hay ningún paquete léxico que lo contenga en el listado final. Asimismo, destaca la presencia de las formas presentes en primera persona del plural (*wir freuen uns auf, wir sind für Sie da, wir bieten unseren Gästen*), a través de la que se expresa el hotel o propietario. Este aspecto coincide con el estudio de Fuster-Márquez y Gregori-Signes (2018) en cuanto a la presentación del hotel o emisor a través de la fórmula *we* en inglés.

La tercera pregunta que nos planteamos desvelar fue si podíamos identificar en dichas combinaciones constantes semántico-funcionales en estos textos, tal y como se habían identificado en los estudios en inglés. Para ello adaptamos la clasificación funcional de paquetes léxicos adoptada por Fuster-Márquez (2014) y Fuster-Márquez y Pennock (2015) en el estudio de páginas web hoteleras en inglés, que es una adaptación de los estudios de Biber et. al. (1999) sobre paquetes léxicos en diferentes registros. Estas funciones básicas las hemos reducido a dos finalmente, a saber, una función referencial y una función comunicativa, dado que la función estructural, con una frecuencia normalmente significativa en los estudios sobre paquetes léxicos en inglés, por ejemplo, sobre discurso académico, apenas está documentada en KoDeHo. Tras el análisis hemos observado una relevancia de la función referencial, la cual disminuye ligeramente cuanto más grande es el paquete léxico, y resulta inversamente proporcional a la función comunicativa, la cual está más presente cuanto más extenso es el paquete léxico.

Si atendemos a la subclasificación establecida para el macrogrupo referencial, podemos afirmar que la función más destacable es la que expresa la localización (cf.

Esteban-Fonollosa, 2020), seguido de la descripción de los servicios (*Aufenthalt im Hotel, ein individuelles Angebot, was das Herz begehrt*) y del equipamiento (*mit einem Doppelbett, Ausstattung der Zimmer, unser Haus verfügt über*), junto a la expresión modal, es decir, el modo y manera de ofrecer los servicios el alojamiento hotelero (*Pro Person und Tag, viel Liebe zum Detail, mit Rat und Tat*), o el modo de acceso al mismo (*bequem zu Fuß, Anfahrt mit dem Auto*). A diferencia de los anteriores, la expresión de la temporalidad es secundaria a través de paquetes léxicos identificados. Asimismo hemos observado que la expresión de la finalidad (*für unsere Gäste, zu einem unvergesslichen Erlebnis, für jeden etwas dabei*), cantidad o la calidad a través de este tipo de secuencias continuas es residual en nuestro corpus.

Respecto a la expresión de la referencia local, destaca la localización del hotel respecto de los lugares de interés turístico en general, y del centro de la ciudad en particular (*nur wenige Schritte vom, mit Blick auf, der ideale Ausgangspunkt*). Además hemos identificado la expresión de la procedencia (*aus aller Welt, aus der Region, aus der ganzen Welt*), la referencia a dependencias del hotel (*in allen Zimmern, an der Rezeption, in allen Bereichen*), la identificación del hotel en sí (*in unserem Haus, im gesamten Hotel, Zuhause auf Zeit*), referencia a la ciudad o parte de ella (*der historischen Altstadt, in der Hauptstadt, durch die Stadt*).

En relación a la expresión temporal, hemos distinguido paquetes que hacían referencia a un lapso de tiempo (*in den Tag*), a una periodicidad (*täglich rund um die Uhr*), a la inmediatez (*in nur wenigen Minuten*), a la anterioridad (*vor Ihrer Anreise*), la posterioridad (*nach einem erlebnisreichen Tag*), la simultaneidad (*bei schönem Wetter*) y a la referencia de un tiempo determinado (*eine Auszeit vom Alltag*).

En cuanto a los paquetes léxicos comunicativos, hemos observado con cierta frecuencia una función apelativa del hotel al potencial cliente que visita la página, por medio de promesas de beneficios si contrata los servicios del hotel (*Lassen Sie sich verwöhnen, machen Sie einen Ausflug in*), o sugerencias y consejos asociados a los mismos (*Werfen Sie einen Blick auf, bitte beachten Sie*). En este sentido tienen un papel importante los paquetes relativos a establecer contacto directo con el hotel a través de la

solicitud de información. Esto se muestra sobre todo a partir de la presencia del *Sie* como forma de cortesía, casi imprescindible en estos textos para dirigirse al portencial cliente, y la presencia de *wir*, que representa al hotel, que ofrece sus productos y servicios, como se ha indicado anteriormente. La expresión explícita de la postura u opinión apenas está representada en los paquetes de forma aislada. Un análisis de otro tipo nos podría llevar a estudiar la subjetividad expresada de forma implícita a lo largo de los textos.

La presencia de paquetes léxicos organizadores del discurso en nuestro corpus es residual, probablemente debido al carácter promocional de los textos objeto de estudio, más enfocados a la persuasión y apelación al potencial cliente que a la argumentación. Sin embargo, una función parcialmente estructuradora en las páginas web hoteleras en alemán podrían ser las desempeñadas por ciertos recursos multimodales que acompañan a los textos, un aspecto que podría ser objeto de estudio en otras investigaciones. Asimismo habría que realizar una comparación con otros géneros del mismo ámbito turístico y de este modo determinar similitudes y diferencias.

El cuarto objetivo que nos propusimos fue el de averiguar si dichos paquetes léxicos respondían a marcos frasales frecuentes. En este proceso extraímos los listados de marcos directamente con el programa *KfNgram* (Fletcher, 2019) y, una vez filtrados, los cruzamos con el listado de paquetes léxicos (§8.). De este modo identificamos aquellos paquetes que se correspondían o eran variación de un marco, de lo que concluimos que un porcentaje relativamente pequeño de los mismos responde a un marco frasal. No obstante, analizamos el carácter de las palabras fijas y de las variables o *slots* de los mismos. En este sentido hemos observado que la mayoría de las casillas variables lo ocupan palabras léxicas (80 %) frente a palabras funcionales y que en función del tamaño de los marcos predomina una categoría gramatical determinada. En los paquetes de tres palabras predomina como palabra variable el determinante (*an* * *Hotelbar*: *an der Hotelbar*, *an unserer Hotelbar*), y el verbo, en los de cuatro el sustantivo (*im* * *der Stadt*: *im Zentrum der Stadt*, *im Herzen der Stadt*) y adjetivo (*den* * *Rahmen für*: *den perfekten Rahmen für*, *den idealen Rahmen für*), y en los de cinco palabras el sustantivo (*kostenfrei im* * *der Eltern*: *kostenfrei im Bett der Eltern*, *kostenfrei im Zimmer der Eltern*) y el verbo.

En términos generales, las dos categorías gramaticales más variables en los *slots* de los marcos surgidos de los paquetes léxicos en KoDeHo son la del adjetivo (40 %) seguida de la del sustantivo (33 %). En este punto, consideramos que sería interesante en futuras investigaciones contemplar asimismo el análisis de las casillas vacías externas del paquete léxico, así como la observación de los paquetes en su contexto dentro del ámbito oracional, para observar posibles patrones o construcciones más allá de las secuencias estudiadas.

El quinto objetivo fue analizar el tipo de palabras fijas, así como los rellenos de los huecos o *slots* en dichos marcos frasales, con el objetivo de poder analizar variaciones de los mismos. Concluimos que la mayoría de estos marcos están formados por palabras léxicas y funcionales conjuntamente, y que solo en el caso de los paquetes de tres palabras el porcentaje de marcos compuestos exclusivamente por palabras funcionales es algo mayor. Sin embargo, no nos ha resultado satisfactoria esta metodología al respecto de cruzar los listados de marcos frasales y paquetes léxicos una vez ya filtrados, dado que muchos de los marcos correspondían tan solo con uno o dos paquetes léxicos. En consecuencia, no nos ha ayudado a detectar la variación del lenguaje formulaico en estos textos, como indicio del margen para la creatividad en la elaboración de estos, a diferencia de otros estudios realizados en lengua inglesa. Este hecho podría ser debido a cuestiones gramaticales y habría que comparar específicamente paquetes léxicos concretos en ambos idiomas.

Respecto a las palabras que ocupan los elementos variables o *slots*, concluimos que varían en función de su longitud. En los marcos de tres palabras predominan los determinantes y verbos, seguidos de sustantivos, mientras que los *slots* de cuatro palabras son en su mayoría adjetivos y sustantivos. Las categorías gramaticales de los elementos variables en los marcos de cinco palabras son principalmente verbos y sustantivos. En este punto observamos que para extraer conclusiones sobre las preferencias y restricciones a los que dichos huecos están sujetos, sería necesario realizar un análisis más detallado de cada uno de ellos de forma independiente, que analice asimismo el contexto.

La sexta y última pregunta se refería a desvelar si hay diferencias a nivel diatópico en el empleo de paquetes léxicos en alemán de páginas web hoteleras de Alemania, Austria y Suiza (§9.). La hipótesis ligada a esta pregunta era que no íbamos a encontrar diferencias sustanciales en los tres ámbitos geográficos, dado que, aunque a nivel oral sí que pertenecen a zonas dialectales diferenciadas, sin embargo, la expresión escrita se realiza a partir del alemán considerado estándar. Una vez realizado el análisis de los paquetes léxicos seleccionados para el estudio, efectivamente no hemos encontrado grandes diferencias, dado que la mayoría de ellos aparecen en los tres subcorpus. Sin embargo, hay un porcentaje de paquetes que aparecen solo en uno o dos de los subcorpus. Igualmente, hemos podido observar que del total de paquetes que aparecen en los tres corpus, hay en cambio, un alto porcentaje que es preferido en una de las zonas geográficas, por emplearse con mayor frecuencia, o que en una de ellas su uso es comparativamente minoritario. Los más numerosos aparecen en Alemania y Austria por encima de Suiza (*in der Nähe, rund um die Uhr, in allen Zimmern*), seguido de aquellos que aparecen en Alemania y Suiza, pero con menos frecuencia que en Austria (*Preis pro Person, auf dem Zimmer, auf Ihren Besuch*). Y, por último, un pequeño grupo que destaca en Austria y Suiza frente a Alemania (*in der Stadt, in der Altstadt, vor der Haustür*). Una observación relevante es que cuanto más pequeño es el paquete léxico, menos contraste hay en su empleo en los diferentes corpus. Sin embargo, cuanto más amplio es, mayores diferencias encontramos a nivel diatópico, normalmente a causa de las infraestructuras propias de cada zona geográfica, a preferencias regionales en cuanto al vocabulario, o a prescripciones ortográficas puntuales. Atendiendo a los resultados, hemos podido apreciar ligeramente mayores diferencias del corpus de Suiza, respecto al de Alemania y Austria.

Finalmente, el trabajo ha proporcionado un listado de paquetes léxicos prototípicos de estas páginas web hoteleras (Anexo 7), organizados por palabras clave y donde se observan variaciones en su aparición como combinaciones de palabras en el texto. Este listado puede ser el punto de partida para una propuesta de didactización en la enseñanza del alemán como lengua extranjera en el ámbito del turismo, por una parte, y

para extraer potenciales lemas en un diccionario especializado en turismo que esté basado en el uso real de la lengua en este tipo de discurso.

La presente investigación ha logrado proporcionar, por tanto, una visión general de los paquetes léxicos en lengua alemana nativa representativos en las páginas web hoteleras, donde efectivamente hemos observado una constante en cuanto a estructuras y funciones de los mismos que expresan los contenidos clave necesarios para la eficacia de las páginas web como soportes promocionales de los alojamientos hoteleros. En este sentido, consideramos este trabajo como punto de partida que ahonde en el estudio de dichos paquetes léxicos y su comportamiento con otros elementos del cotexto dentro del límite oracional. Asimismo los análisis de los paquetes seleccionados han puesto de manifiesto que los redactores nativos emplean en las producciones textuales de páginas web hoteleras una serie de combinaciones de palabras recurrentes que les dan un carácter coherente, fiable y convincente, ajustado a las convenciones de dichos textos.

Consideramos que este trabajo cubre una laguna en el ámbito del discurso de las páginas web de hoteles que no había sido estudiada de manera específica y que va más allá de los estudios de léxico, abordando el estudio de secuencias que desvelan el carácter formulaico de dicho discurso, englobado en el discurso turístico. Todo ello, siguiendo una metodología rigurosa, apoyada por un amplio corpus y guiada por datos objetivos de la lengua en uso.

10.2. Líneas futuras de investigación

En consecuencia, las perspectivas de investigación futuras a partir del siguiente estudio las planteamos en cuatro líneas fundamentalmente. La primera de ellas tiene que ver con poner en contraste con esta misma metodología otro tipo de textos y otro tipo de alojamientos turísticos, para poder indagar sus semejanzas o discordancias. La segunda línea permitiría emplear las conclusiones de este trabajo, incluido el listado de paquetes léxicos característicos de estas páginas en un contexto nativo, para el contraste con aquellas traducidas o escritas por no nativos. Esto permitirá la mejora de las traducciones

al alemán. Ahondar en las diferencias diatópicas esbozadas constituiría una tercera línea de investigación. Por última, una cuarta línea estaría ligada a un tratamiento lexicográfico del listado resultante de paquetes léxicos prototípicos, con la posible inclusión de algunos de ellos en un diccionario específico de turismo.

Asimismo, una vez identificado este tipo de fraseología en los textos promocionales de las páginas web hoteleras en alemán, será de interés analizar en más detalle algunos de los paquetes léxicos en su cotexto. Esto contribuirá a explotar su utilidad en el ámbito del alemán como lengua extranjera, para observar su modo de uso tanto intra como extraoracional. Esta ampliación de análisis al cotexto permitirá igualmente trabajar con estos paquetes de forma contrastiva tanto con el español como con el inglés, completando así su utilidad traductológica.

Por último, nos ha parecido de interés la detección de secuencias, tanto continuas como discontinuas, que podrían ser estudiadas desde otras perspectivas o con otras metodologías para arrojar luz sobre la fraseología en sentido amplio de las páginas web hoteleras en alemán.

10. SCHLUSSBEMERKUNGEN

10.1. Schlussbemerkungen der Arbeit.....	251
10.2. Zukünftige Forschungslinien.....	260

10.1. Schlussbemerkungen der Arbeit

Die vorliegende Studie befasst sich mit der Untersuchung der Phraseologie von Hotelwebseiten in deutscher Sprache. Zu diesem Zweck wurde eine strukturelle und semantisch-funktionale Analyse der wichtigsten und charakteristischen lexikalischen Bündel (*lexical bundles*) dieser Texte vorgenommen. Die Untersuchung zielte auch darauf ab, die möglichen Unterschiede zwischen Webseiten, die in verschiedenen deutschsprachigen Ländern gehostet werden, zu untersuchen. Das Ziel dieser Analyse war es, diejenigen lexikalischen Bündel zu ermitteln, die für diese Texte charakteristisch sind und die einerseits für den Deutschunterricht im Bereich der Hotellerie, als ein Spezialgebiet innerhalb des Tourismus, und andererseits für die Verbesserung von Übersetzungen oder das Verfassen dieser Art von Webseiten durch Nicht-Muttersprachler verwendet werden können.

Als Grundlage für die Untersuchung wurde ein Korpus deutschsprachiger Hotelwebseiten erstellt. Dieses Korpus mit 2.334.787 Wörtern ist ein wichtiger Beitrag der vorliegenden Arbeit und wurde konsequent nach den Zielen der Studie konzipiert, nämlich einsprachig deutsch, aber in drei Subkorpora strukturiert, mit Texten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (ausgewählte Kantone), also Ländern, in denen die deutsche Sprache als Muttersprache gilt und die von Interesse sind, um mögliche Unterschiede zu erkennen. Bei den gesammelten Texten handelt es sich um nicht-statische Werbetexte. Das bedeutet, dass Texte mit detaillierten Informationen über einige der vom Hotel angebotenen Dienstleistungen, wie z.B. Speisekarten oder Zimmertypen, einerseits und Formulare, häufig gestellte Fragen oder Texte rechtlich-wirtschaftlicher Natur, wie z.B. Vertragsbedingungen oder die Firmenpolitik des Hotels, andererseits, ausgeschlossen wurden. Daher hat das von uns erstellte Korpus ausschließlich textuellen Charakter und schließt multimodale Aspekte aus, die im Werbebereich von Hotels eine unterschiedliche Bedeutung haben können.

Die Korpusmethodik hat sich als grundlegend für diese Art der Analyse von Hotelwebseiten in deutscher Sprache erwiesen, da die Notwendigkeit besteht, aus breiten Stichproben der Gebrauchssprache Schlussfolgerungen zu ziehen, welche die in diesen

Texten verwendeten sprachlichen Routinen anhand von lexikalischen Bündeln aufzeigen können.

Zu Beginn dieser Arbeit wurden sechs Ziele oder Forschungsfragen formuliert, die in der Folge beantwortet werden sollen. Das erste Ziel war es, jene lexikalischen Bündel zu identifizieren, die von Biber et al. (1999) als zusammenhängende Wortfolgen definiert wurden und die es erlauben, verschiedene Register zu unterscheiden. Die gewählte Methodik ist dadurch gerechtfertigt, dass sie nicht nur in Studien zu spezifischen Diskursen, sondern speziell in Studien zur Phraseologie von Hotelwebseiten im englischsprachigen Raum mit dem Hintergrund einer pädagogischen und übersetzungswissenschaftlichen Zielsetzung verwendet wurde. In diesem Sinne handelt es sich jedoch um eine Pionierarbeit im Deutschen, da bisherige Studien, die lexikalische Bündel verwenden, hauptsächlich in englischer Sprache über die englische Sprache durchgeführt wurden, während diese Methodik kaum für die Forschung über das Deutsche und nicht über das Deutsche für den Tourismus verwendet wurde.

Biber et al. (1999: 992) hatten beobachtet, dass Wortsequenzen mit drei Bestandteile im Englischen aus semantisch-funktionaler Sicht weniger phraseologisch sind und häufiger vorkommen als Wortsequenzen mit vier, fünf oder sechs Bestandteilen, wobei Wortsequenzen mit vier Bestandteilen für die Untersuchung am relevantesten sind (vgl. Fuster-Márquez, 2014: 89). Da im Deutschen keine Studien dazu gefunden werden konnten, wurde eine Analyse für Bündel von drei bis fünf Wörtern durchgeführt. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass im Deutschen Wortkombinationen mit vier Bestandteilen auch in diesen Texten die stabilsten und für die Untersuchung interessantesten sind, während Wortsequenzen mit drei Bestandteilen in Bezug auf Strukturen und Funktionen schlecht definierte Bündel darstellen. Diese Unschärfe ist wahrscheinlich auf die hohe Frequenz der einzelnen Wörter zurückzuführen. In der Analyse für das Deutsche wurde auch festgestellt, dass Wortsequenzen mit drei Bestandteilen keine sehr klaren Strukturen und Funktionen bieten, im Gegensatz zu Sequenzen von mindestens vier Wörtern, die sich in dieser Hinsicht durch größere Transparenz auszeichnen. Die lexikalischen Bündel mit fünf Bestandteilen sind am seltensten und am spezifischsten.

Die Filterung der lexikalischen Bündel orientiert sich an früheren Arbeiten (§6.2, §7.2.), weist aber einige methodische Variationen auf, die für die vorliegende Studie angemessen sind. Bei der Untersuchung wurde die Häufigkeitsgrenze und die Tatsache berücksichtigt, dass sie nicht gehäuft im gleichen Text oder in der gleichen Hotelkette auftraten, mit der Absicht, den von einem einzigen Verfasser vorgeschlagenen Kombinationen keine übermäßige Bedeutung beizumessen. Aus dieser Basis und mit dem Ziel, die Bündel nach Relevanz als charakteristische Elemente der untersuchten Texte zu ordnen, wurde auch den *mutual information*-Index der gegenseitigen Information und seine Besonderheit in unserem spezifischen Korpus in Bezug auf ein allgemeines Korpus des Deutschen in Betracht gezogen. Die Kombination verschiedener statistischer Indizes hat dazu beigetragen, die Ergebnisse nicht durch die Fokussierung auf nur eine Variable möglicherweise zu verzerren und alle Variablen zu gewichten, die für die Bestimmung der Typizität oder Besonderheit eines bestimmten Korpus als wichtig erachtet werden. Ein innovatives Element in dieser Studie war die Verwendung eines Index, den ich *Mischwert* genannt habe, der diese drei Variablen berücksichtigt, nämlich den *mutual information*-Index, die normalisierte Frequenz und den *simple maths*-Index, was differenzierte Ergebnisse lieferte.

Das zweite gesetzte Ziel war es, die Strukturen der lexikalischen Bündel zu analysieren, um herauszufinden, ob es Regelmäßigkeiten unter ihnen gibt oder nicht. Die grundlegende strukturelle Klassifizierung erfolgte nach Fuster-Márquez (2014) sowie anderen Studien zu lexikalischen Bündeln in spezialisierten Registern. Eine Gruppierung danach, ob sie eine nominale, verbale oder präpositionale Dominanzstruktur aufwiesen, führte zu dem Schluss, dass es eine Korrelation zwischen der Bündellänge und der Bündelstruktur gibt, und zwar dahingehend, dass dreigliedrige Bündel tendenziell eine präpositionale Struktur aufweisen, gefolgt von einer verbalen. Die mit den viergliedrigen Bündeln erzielten Ergebnisse wurden mit denen von Fuster-Márquez (2014) für englischsprachige Hotelwebseiten verglichen. In beiden Studien sind Nominalstrukturen am wenigsten verbreitet, mit 20 % im Englischen gegenüber 26 % im Deutschen. Andererseits, während im Englischen verbale Strukturen (48 %) gegenüber

präpositionalen Strukturen (43 %) überwiegen, existiert im Deutschen eine Dominanz von präpositionalen Strukturen (43 %) gegenüber verbalen (31 %).

Eine genaue Analyse jeder dieser drei strukturellen Gruppen führte zu dem Schluss, dass fast 50 % der viergliedrigen Bündel die gleiche Struktur haben, nämlich eine Nominalphrase gefolgt von einer Präpositionalphrase (*viel Liebe zum Detail, Start in den Tag, Blick über die Dächer*), was sie zur homogensten Gruppe macht. Danach haben 22 % dieser Bündel eine Struktur, die aus einer Nominalphrase und einer Präposition besteht (*der ideale Ausgangspunkt für, den perfekten Rahmen für, einen angenehmen Aufenthalt in*). Bei dreigliedrigen Bündeln sind drei Strukturen besonders häufig: Nominalphrase gefolgt von Präpositionalphrase (*Preis pro Person, Entfernung von Hotel, Liebe zum Detail*), isoliertes Nominalphrase (*ein individuelles Angebot, der ideale Ausgangspunkt, die zentrale Lage*) und zwei Nominalsyntaxmen verbunden durch eine Konjunktion (*Badewanne oder Dusche, Speisen und Getränke, Kunst und Kultur*). Die fünfgliedrigen Bündel zeigen die variabelste Struktur (*guter Start in den Tag, Badezimmer mit Dusche oder Badewanne, Aufenthalt so angenehm wie möglich*), da diese Strukturen in 36 % der Fälle nur einmal vorkommen. In den drei- und viergliedrigen Bündeln sind dagegen wieder die von den anderen Gruppen geteilte Struktur aus Nominal- und Präpositionalphrase (21 %) und dieselbe Struktur, erweitert um eine Konjunktion und eine weitere Nominalphrase (43 %), prominent.

In Bezug auf präpositionale Strukturen haben wir festgestellt, dass die dreigliedrigen Bündel am stabilsten sind und die Grundstruktur einer Präpositionalphrase aufweisen, die aus einer Präposition und einer Nominalphrase gebildet wird (*in unmittelbarer Nähe, aus aller Welt, auf höchstem Niveau*). Fünfgliedrige Bündel mit präpositionaler Struktur sind selten, aber sehr vielfältig, wobei viele von ihnen Varianten einer Grundstruktur darstellen (*in der Nähe unseres Hotels, in unmittelbarer Nähe des Hotels, in der Nähe des Hotels*). Bei den viergliedrigen Bündeln gibt es drei etwas häufiger vorkommende Präpositionalstrukturen, die 77 % der Fälle ausmachen (*zu einem unvergesslichen Erlebnis, mit Rat und Tat, über den Dächern der Stadt*).

Nach der Analyse der verbalen Strukturen lässt sich feststellen, dass die meisten (59 %) den potenziellen Kunden explizit mit der Höflichkeitsform *Sie* ansprechen, entweder mit einer Imperativform (*bitte beachten Sie, lassen Sie sich von uns, sichern Sie sich*) oder einer Indikativform im Präsens (*Sie haben die Wahl zwischen, so erreichen Sie uns, Informationen finden Sie hier*). Die Form *du* kommt auch im Korpus vor, aber mit einer geringen Frequenz, wodurch kein lexikalisches Bündel in die endgültige Liste aufgenommen wurde. Auffällig ist auch das Vorhandensein der Präsensformen in der ersten Person Plural (*wir freuen uns auf, wir sind für Sie da, wir bieten unseren Gästen*), die für das Hotel oder den Besitzer steht.

Die dritte Frage sollte klären, ob in diesen Bündeln semantisch-funktionale Konstanten in diesen Texten identifiziert werden können, wie sie in den englischen Studien festgestellt worden waren. Dazu wurde die von Fuster-Márquez (2014) und Fuster-Márquez und Pennock (2015) bei der Untersuchung englischer Hotelwebseiten übernommene funktionale Klassifikation lexikalischer Bündel adaptiert, die auf den Studien von Biber et. al. (1999) basiert. Diese Grundfunktionen wurden schließlich auf zwei reduziert, nämlich eine referentielle und eine kommunikative, da die strukturelle Funktion, die in Studien zu lexikalischen Bündeln im Englischen normalerweise eine signifikante Häufigkeit aufweist, in KoDeHo kaum dokumentiert ist. Eine Analyse ergab eine besonders hohe Relevanz der referentiellen Funktion, die leicht abnimmt, je größer das lexikalische Bündel ist, und umgekehrt proportional zur kommunikativen Funktion ist, die umso präsenter ist, je länger das lexikalische Bündel ist.

Eine Analyse der referentiellen Makrogruppe in Untergruppen zeigt, dass die herausragendste Funktion diejenige ist, die die Lokalisierung des Hotels ausdrückt (vgl. Esteban-Fonollosa: 2020), gefolgt von der Beschreibung der Leistungen (*Aufenthalt im Hotel, ein individuelles Angebot, was das Herz begehrt*) und der Ausstattung (*mit einem Doppelbett, Ausstattung der Zimmer, unser Haus verfügt über*), zusammen mit dem Modalausdruck, d.h. die Art und Weise, wie die Leistungen der Hotelunterkunft angeboten werden (*viel Liebe zum Detail, mit Rat und Tat*), oder die Art des Zugangs (*bequem zu Fuß, Anfahrt mit dem Auto*). Der Ausdruck der Zeitlichkeit durch lexikalische

Bündel ist eher sekundär. Es kann auch beobachtet werden, dass der Ausdruck von Zweck (*für unsere Gäste, für ein unvergessliches Erlebnis, für jeden etwas dabei*), Quantität oder Qualität durch solche kontinuierlichen Sequenzen in unserem Korpus residual ist.

Hinsichtlich der Ausprägung des Ortsbezugs sticht die Lage des Hotels in Bezug auf touristische Attraktionen im Allgemeinen und das Stadtzentrum im Besonderen hervor (*nur wenige Schritte vom, mit Blick auf, den idealen Ausgangspunkt*). Darüber hinaus sind wichtig der Ausdruck der Herkunft (*aus aller Welt, aus der Region, aus der ganzen Welt*), der Bezug zu Bereichen des Hotels (*in allen Zimmern, an der Rezeption, in allen Bereichen*), die Identifikation des Hotels als Ganzes (*in unserem Haus, im gesamten Hotel, Zuhause auf Zeit*), der Bezug zur Stadt oder zu einem Teil der Stadt (*der historischen Altstadt, in der Hauptstadt, durch die Stadt*). In Bezug auf den Ausdruck der Temporalisierung lassen sich Bündel unterscheiden, die sich auf Zeitspanne (*in den Tag*), auf eine Periodizität (*täglich um die Uhr*), auf Unmittelbarkeit (*in nur wenigen Minuten*), Anteriorität (*vor Ihrer Anreise*), Posteriorität (*nach einem erlebnisreichen Tag*), Simultaneität (*bei schönem Wetter*) und auf einen bestimmten Zeitabschnitt (*eine Auszeit vom Alltag*) beziehen.

Bei den lexikalischen Kommunikationsbündeln findet man häufig eine Appellfunktion des Hotels an den potentiellen Kunden, der die Webseite besucht, durch Versprechen oder Vorschlägen, wenn er/sie die Leistungen des Hotels in Anspruch nimmt (*Lassen Sie sich verwöhnen, machen Sie einen Ausflug in*), oder damit verbundene Vorschläge und Ratschläge (*Werfen Sie einen Blick auf, bitte beachten Sie*). Dabei spielen die Bündel, die den direkten Kontakt zum Hotel über die Informationsanfrage betreffen, eine wichtige Rolle. Das zeigt sich vor allem in der Präsenz des *Sie* als Höflichkeitsform, die in diesen Texten fast unverzichtbar ist, um den potentiellen Kunden anzusprechen, und an der Präsenz des *wir*, das für das Hotel steht, das seine Produkte und Dienstleistungen anbietet.

Das Vorhandensein von diskursorganisierenden lexikalischen Bündeln im Korpus ist unbedeutend, wahrscheinlich aufgrund des eher werbenden Charakters der untersuchten Texte, die mehr auf Überzeugung und Appell an den potenziellen Kunden

als auf Argumentation ausgerichtet sind. Die textbegleitenden multimodalen Ressourcen könnten in den deutschsprachigen Hotelwebseiten eine teilweise strukturierende Rolle spielen, ein Aspekt, der Gegenstand weiterer Forschung sein könnte.

Das vierte angestrebte Ziel war herauszufinden, ob diese lexikalischen Bündel mit häufigen phraseologischen Mustern (*phrase frames*) übereinstimmen. Dabei wurden die Listen der Muster direkt mit dem Programm *KfNgram* (Fletcher, 2019) extrahiert und nach der Filterung mit der Liste der lexikalischen Bündel gekreuzt (§8.). Auf diese Weise wurden diejenigen Bündel identifiziert, die einem Muster entsprachen oder eine Variation davon waren, woraus sich ergab, dass ein relativ kleiner Prozentsatz von ihnen einem phraseologischen Muster entsprach. Eine Analyse der festen Wörter und der Variablen oder Slots ergab, dass die meisten der variablen Slots von lexikalischen Wörtern (80 %) im Gegensatz zu Funktionswörtern besetzt sind und dass, abhängig von der Größe der Muster, eine bestimmte grammatikalische Kategorie vorherrscht. In den dreigliedrigen Bündeln überwiegen als variable Wörter der Artikel (*an * Hotelbar: an der Hotelbar, an unserer Hotelbar*) und das Verb, in den viergliedrigen Bündeln das Substantiv (*im * der Stadt: im Zentrum der Stadt, im Herzen der Stadt*) und Adjektiv (*den * Rahmen für: den perfekten Rahmen für, den idealen Rahmen für*), und bei den fünfgliedrigen Bündeln das Substantiv (*kostenfrei im * der Eltern: kostenfrei im Bett der Eltern, kostenfrei im Zimmer der Eltern*) und das Verb. Insgesamt sind die beiden variabelsten grammatischen Kategorien in den Musterslots, die sich aus den lexikalischen Bündeln in KoDeHo ergeben, Adjektiv (40 %), gefolgt von Substantiv (33 %). In zukünftigen Forschungen wäre es interessant, auch die externen Slots des lexikalischen Bündels zu berücksichtigen, sowie die Beobachtung der Bündel in ihrem Kontext innerhalb des Satzes.

Das fünfte Ziel war es, die Art der festen Wörter sowie die Füllungen der Lücken oder Slots in diesen phraseologischen Mustern zu analysieren, mit dem Ziel, Variationen in ihnen analysieren zu können. Die Untersuchung ergab, dass die meisten dieser Muster sowohl aus lexikalischen als auch funktionalen Wörtern zusammengesetzt sind, und dass nur bei dreigliedrigen Bündeln der Anteil der Muster, die ausschließlich aus funktionalen Wörtern bestehen, etwas höher ist. Diese Methode, die Listen der phraseologischen

Muster und lexikalischen Bündel nach der Filterung miteinander zu vergleichen, war allerdings nicht zufriedenstellend, da viele der Muster lediglich einem oder zwei lexikalischen Bündeln entsprachen. Folglich war es nicht hilfreich dabei, eventuelle Variation der formelhaften Sprache in diesen Texten zu erkennen, als Hinweis auf den Spielraum für Kreativität bei der Ausarbeitung dieser Texte.

Bezüglich der Wörter, die die variablen Elemente oder Slots belegen, stellt man fest, dass sie je nach ihrer Länge variieren. In Mustern mit drei Bestandteilen überwiegen Artikelwörter und Verben, gefolgt von Substantiven, während in Mustern mit vier Bestandteilen überwiegend Adjektive und Substantive vorkommen. Die grammatikalischen Kategorien der variablen Wörter in den Mustern mit fünf Bestandteilen sind hauptsächlich Verben und Substantive. An dieser Stelle sei angemerkt, dass, um Rückschlüsse auf die Präferenzen und Zwänge zu ziehen, denen solche Slots unterliegen, eine detailliertere Analyse jedes einzelnen von ihnen unabhängig voneinander nötig wäre, die auch den Kontext analysiert.

Die sechste und letzte Frage war, herauszufinden, ob es diatopische Unterschiede in der Verwendung von lexikalischen Bündeln im Deutschen auf Hotelwebseiten in Deutschland, Österreich und der Schweiz gibt (§9.). Die mit dieser Frage verbundene Hypothese war, dass wir in den drei geografischen Gebieten keine wesentlichen Unterschiede finden würden, da sie zwar auf der mündlichen Ebene verschiedenen Dialektregionen angehören, der schriftliche Ausdruck aber auf dem Standarddeutsch basiert. Nach der Analyse der für die Studie ausgewählten lexikalischen Bündel konnten keine großen Unterschiede festgestellt werden, da die meisten von ihnen in den drei Subkorpora vorkommen. Allerdings gibt es Bündel, die nur in einem oder zwei der Korpora erscheinen. Ebenso konnte beobachtet werden, dass von der Gesamtzahl der Bündel, die in den drei Korpora vorkommen, ein hoher Prozentsatz in einem der geografischen Gebiete bevorzugt wird, weil es häufiger verwendet wird, oder dass in einem der Gebiete seine Verwendung vergleichsweise gering ist. Am zahlreichsten treten diese Bündel in Deutschland und Österreich vor der Schweiz auf (*in der Nähe, rund um die Uhr, in allen Zimmern*), gefolgt von denen, die in Deutschland und der Schweiz, aber

weniger häufig als in Österreich vorkommen (*Preis pro Person, auf dem Zimmer, auf Ihren Besuch*). Und schließlich eine kleine Gruppe, die in Österreich und der Schweiz im Vergleich zu Deutschland herausragt (*in der Stadt, in der Altstadt, vor der Haustür*). Eine relevante Beobachtung ist, dass je kleiner das lexikalische Bündel ist, desto weniger Kontrast es in seiner Verwendung in den verschiedenen Korpora gibt. Je größer jedoch das lexikalische Bündel ist, desto größer sind die Unterschiede auf der diatopischen Ebene, meist bedingt durch geografische Infrastrukturen, regionale Vokabelpräferenzen oder spezifische orthografische Vorgaben. Was die Ergebnisse betrifft, so konnten wir im Schweizer Korpus etwas größere Unterschiede im Vergleich zum deutschen und österreichischen Korpus feststellen.

Schließlich hat die Arbeit eine Liste prototypischer lexikalischer Bündel dieser Hotelwebseiten (Anhang 7) geliefert, die nach Schlüsselwörtern geordnet sind und bei denen Variationen in ihrem Auftreten als Wortkombinationen im Text zu beobachten sind. Diese Liste kann einerseits Ausgangspunkt für einen Vorschlag zur Didaktisierung im Unterricht für Deutsch als Fremdsprache im Bereich Tourismus sein, andererseits zur Extraktion möglicher Kandidaten für die Lemmatisierung in einem touristischen Fachwörterbuch dienen.

Die vorliegende Untersuchung hat daher einen Überblick über die repräsentativen lexikalischen Bündel in der deutschen Sprache auf Hotelwebseiten erzielt, bei denen in der Tat eine Konstante in Bezug auf Strukturen und Funktionen festgestellt werden konnte, welche die für die Wirksamkeit der Websites als Werbemittel für Hotelunterkünfte notwendigen Schlüsselinhalt ausdrücken. In diesem Sinne kann diese Arbeit als Ausgangspunkt für weitere Untersuchungen dieser lexikalischen Bündel und ihres Zusammenspiels mit anderen Wörtern des Kontextes innerhalb der Satzgrenze dienen. Die Analysen der ausgewählten Bündel haben darüber hinaus gezeigt, dass muttersprachliche Schreiber in den Textproduktionen von Hotelwebseiten eine Reihe von wiederkehrenden Wortkombinationen verwenden, die ihnen einen kohärenten, zuverlässigen und überzeugenden Charakter verleihen, der den Konventionen solcher Texte entspricht.

Abschließend kann gesagt werden, dass diese Arbeit eine Lücke im Bereich der Erforschung des Sprachgebrauchs auf Hotelwebseiten füllt, der bisher nicht gezielt untersucht wurde. Außerdem geht die vorliegende Arbeit über rein lexikalische Studien hinaus, indem sie sich mit der Untersuchung von Sequenzen befasst, die den formelhaften Charakter dieses Diskurses offenbaren, der dem Bereich der Fachsprache des Tourismus zuzuordnen ist. Das ist das Ergebnis einer strengen Methodik, unterstützt durch einen großen Korpus und geleitet von objektiven Daten des realen Sprachgebrauchs.

10.2. Zukünftige Forschungslinien

Die zukünftigen Forschungsperspektiven möglicher folgender Studien basieren daher auf vier Hauptlinien. Die erste von ihnen könnte mit der gleichen Methodik andere Arten von Texten und bezogen auf andere Arten von touristischen Unterkünften untersuchen, um ihre Gemeinsamkeiten oder Abweichungen festzustellen. Die zweite Linie würde es uns erlauben, die Schlussfolgerungen dieser Arbeit, einschließlich der Liste der lexikalischen Bündel, die für diese Webseiten in einem muttersprachlichen Kontext charakteristisch sind, zu verwenden, um sie mit denen zu kontrastieren, die von Nicht-muttersprachlern übersetzt oder geschrieben wurden. Die Resultate würden eine Verbesserung der Übersetzungen ins Deutsche ermöglichen. Eine dritte Forschungslinie wäre die Untersuchung der oben skizzierten diatopischen Unterschiede. Und eine vierte Linie bestünde in einer lexikographischen Behandlung der resultierenden Liste prototypischer lexikalischer Bündel und ihrer möglichen Aufnahme in ein spezifisches Fachwörterbuch für Tourismus.

Nachdem diese Art von Phraseologie in den Werbetexten von Hotelwebseiten in deutscher Sprache identifiziert wurde, ist es außerdem von Interesse, einige der lexikalischen Bündel in ihrem Textzusammenhang genauer zu analysieren. Dies kann helfen, ihre Nützlichkeit im Bereich Deutsch als Fremdsprache auszuschöpfen und ihre Verwendungsweise sowohl innerhalb als auch außerhalb des Satzes zu beobachten. Diese Ausweitung der Analyse auf den Kontext würde es auch ermöglichen, mit diesen

lexikalischen Bündeln sowohl im Spanischen als auch im Englischen kontrastiv zu arbeiten und so ihren übersetzungswissenschaftlichen Nutzen zu vervollständigen.

Schließlich scheint die Erkennung sowohl kontinuierlicher als auch diskontinuierlicher Sequenzen interessant, die aus anderen Perspektiven oder mit anderen Methoden untersucht werden könnten, um Licht auf die Phraseologie im weiteren Sinne zu werfen, die auf deutschen Hotelwebseiten zu finden ist.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altenberg, B. (1993): Recurrent Verb-Complement Constructions in the London-Lund Corpus, en J. Aarts, P. Haan y N. Oostdijk, eds. *English Language Corpora: Design, Analysis and Exploitation. Papers from the Thirteenth International Conference on English Language Research on Computerized Corpora*, Nijmegen, Amsterdam, Rodopi, pp. 227-245.
- Altenberg, B. (1998): “On the phraseology of spoken English: The evidence of recurrent word-combinations”, en A. P. Cowie, ed., *Phraseology: Theory, analysis, and applications*, Oxford, England, Oxford University Press, pp.101-122.
- Altenberg, B. y Eeg-Olofsson, M. (1990): “Phraseology in spoken English”, en J. Aarts, W. Meijs, ed., *Theory and practice in corpus linguistics*, Amsterdam, Rodopi, pp. 1-26.
- Ammon, U. (1995): *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietäten*, de Gruyter, Berlin/New York.
- Ammon, U., H. Bickel y A. N. Lenz, (eds.) (2016): *Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz, Deutschland, Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol sowie Rumänien, Namibia und Mennonitensiedlungen. 2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage*. Walter de Gruyter, Berlin.
- Anthony, L. (2020): *AntConc (Version 3.5.9)* [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University, disponible en <https://www.laurenceanthony.net/software>.
- Bally, Ch. (1909/1951): *Traté de stylistique française*, Paris, Klincksieck.
- Baynat, M. E. (2013): “Viajando por internet: promoción turística de diferentes establecimientos hoteleros franceses”, *Les mondes du Français*, Barcelona, ed. de la Universitat de Barcelona, pp. 376-393.
- Behrens, G. (1996): *Werbung, Entscheidung, Erklärung, Gestaltung*, München, Vahlen.

- Biber, D. (2005): Paquetes léxicos en textos de estudio universitario: Variación entre disciplinas académicas. *Revista Signos*, 38 (57), 19-29. [en línea] disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=157013764002> [Consulta: 16 de julio de 2018].
- Biber, D. (2009): “A Corpus-Driven Approach to Formulaic Language in English: Multi-Word Patterns in Speech and Writing”, *International Journal of Corpus Linguistics*, 14 (3), pp. 275-311.
- Biber, D. y S. Conrad (1999): “Lexical bundles in conversation and academic prose”, en H. Hasselgård y S. Oksefjell, eds., *Out of Corpora: Studies in Honour of Stig Johansson*, Amsterdam, Rodopi, pp. 181-190.
- Biber, D., S. Johansson, G. Leech, S. Conrad y E. Finegan (1999): *Longman Grammar of Spoken and Written English*, Harlow, Pearson.
- Biber, D., y S. Conrad, (2003): “Lexical bundles in speech and writing: An initial taxonomy”, en A. Wilson, P. Rayson y T. McEnery, ed., *Corpus linguistics by the lune*, Frankfurt a. M., Peter Lang, pp. 71-93.
- Biber, D., S. Conrad y V. Cortes, (2004): “If you look at ...: Lexical bundles in university teaching and textbooks”, *Applied Linguistics* 25 (3), pp. 371-405.
- Biber, D. y F. Barbieri, (2007): “Lexical bundles in university spoken and written registers”, *English for Specific Purposes* 26, pp. 263-286.
- Bittner, J. (2003): *Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung*, Berlin, ESV.
- Borrueco, M. A. (1999): *Reisen: Deutsch Als Fremdsprache Für das Tourismusstudium*, Madrid, Síntesis.
- Borrueco, M. A. (2000): *Reisen: Deutsch als Fremdsprache Für das Tourismusstudium. Arbeitsbuch*, Madrid, Síntesis.

- Borrueco, M. A. (2005): *La especificidad de la enseñanza del alemán como lengua extranjera aplicada al ámbito del turismo*, Sevilla, Servicio de Publicaciones de la Consejería de Turismo, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía.
- Borrueco, M. A. (2006a): “Sistemas conceptuales en la producción y recepción de textos turísticos: estudio aplicado”, en M. A. Borrueco Rosa, ed., *La especialización lingüística en el ámbito del turismo*, Sevilla, Servicio de Publicaciones de la Consejería de Turismo, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía, pp. 33-51.
- Borrueco, M. A. (Ed.) (2006b): *La especialización lingüística en el ámbito del turismo*, Sevilla, Servicio de Publicaciones de la Consejería de Turismo, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía.
- Borrueco, M. A. (Ed.) (2007): *El lenguaje publicitario del turismo*, Sevilla, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía [en línea] disponible en <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones/25753.pdf> [Consulta: 16 de marzo de 2021].
- Bosch, G. (2006): “Neologismos del alemán en el lenguaje publicitario del turismo”, en M. Borrueco, ed., *La especialización lingüística en el ámbito del turismo*, Sevilla, Servicio de Publicaciones de la Consejería de Turismo, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía, pp. 53-69.
- Bosch, G. (2007): “Kollokationen in der Werbesprache des Tourismus. Eine Wortschatzdidaktik”, en M. Borrueco Rosas, *El lenguaje publicitario del turismo*, Sevilla, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía [en línea] disponible en <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones/25753.pdf> [Consulta: 16 de marzo de 2021].
- Bubenhof, N. (2008): “Diskurse berechnen? Wege zu einer korpuslinguistischen Diskursanalyse”, en J. Spitzmüller y I. Warnke, eds., *Methoden der*

- Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene.* Ed., Berlin/New York, de Gruyter, pp. 407-434.
- Bubenhof, N. (2009): *Sprachgebrauchsmuster: Korpuslinguistik als Methode der Diskurs- und Kulturanalyse*, Berlin, de Gruyter.
- Bubenhof, N. (2017): “Kollokationen, n-Gramme, Mehrworteinheiten”, en K. S. Roth, M. Wengeler, A. Ziem, eds., *Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft.*, Berlin, New York, De Gruyter, pp. 69-93.
- Bundesamt für Statistik (2017a): [en línea] *Statistikfinden, Tourismus, Beherbergung, Hotellerie, Tourismusregionen: Hotels und Kurbetriebe: Angebot und Nachfrage nach Tourismusregion,* disponible en <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/tourismus/beherbergung/hotellerie/tourismusregionen.assetdetail.2961057.html> [Consulta: 4 de agosto de 2017].
- Bundesamt für Statistik (2017b): [en línea] *Statistikfinden, Regionalstatistik, Regionale Porträts und Kennzahlen, Kantonporträts, Daten und Erläuterungen: Ausgewählte Indikatoren im regionalen Vergleich, Kantone* disponible en <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/regionalstatistik/regionale-portraets-kennzahlen/kantone/daten-erlaeuterungen.assetdetail.1922812.html> [Consulta: 4 de agosto de 2017].
- Butler, C. S. (1997): “Repeated word combinations in spoken and written text: Some implications for Functional Grammar”, en C. S. Butler, J. H. Connolly, R. A. Gatward y R. M. Vismans, eds., *A fund of ideas: Recent developments in Functional Grammar*, Amsterdam, IFOTT University of Amsterdam, pp. 60-77.
- Burger, H., A. Buhofer y A. Sialm (1982): *Handbuch der Phraseologie*, Berlin, De Gruyter.
- Burger, H. (2007): *Phraseologie: ein internationales Handbuch zeitgenössischen Forschung*, Berlín, De Gruyter.

- Burger, H. (2015): *Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*, Berlin, Erich Schmidt.
- Brandl, A. (2002): *Webangebote und ihre Klassifikationen. Typische Merkmale aus Experten- und Rezipientensicht*, München, Reinhard Fischer Verlag.
- Calvi, M. V. (2006): *Lengua y comunicación en el español del turismo*, Madrid, Arco/Libros.
- Calvi, M. V. y G. Mapelli (eds.) (2011): *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*, Berna, Peter Lang.
- Calvi, M. V. (2019): “Géneros discursivos, diversidad cultural y traducción de textos turísticos”, *Altre Modernità*, 21 (5), pp. 69-86. Disponible en: <https://riviste.unimi.it/index.php/AMonline/article/view/11633> [Consulta: 6 de mayo de 2021]. <https://doi.org/10.13130/2035-7680/11633>.
- Cantón, M. L. y M. L. Bernabé (2013): “Compétences professionnelles et domaines virtuels: la langue française dans les études universitaires de tourisme”, en G. Bosch y T. Schlak, eds., *Teaching foreign languages for tourism. Research and practice*, Bern, Peter Lang, pp. 257-274.
- Caro, A. (2004): *Fachsprachliche Kollokationen: Ein Übersetzungsorientiertes Datenbankmodell Deutsch-Spanisch*, Tübingen, Narr.
- Chierichetti, L., G. Garofalo y G. Mapelli (2017): “Creación discursiva del destino turístico y del viajero: Maneras de ver, maneras de ser”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, Ediciones Complutense, pp. 5-14. <http://dx.doi.org/10.5209/CLAC.57898>
- Chierichetti, L., G. Garofalo y G. Mapelli (2019): “Hacia una visión holística del discurso turístico”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, Ediciones Complutense, pp. 3-16. <https://doi.org/10.5209/clac.64368>
- Chen, Y. y P. Baker (2010): “Lexical bundles in L1 and L2 academic writing”, *Language Learning and Technology*, 14 (2), pp. 30-49.

- COMETVAL Group (2014): *Multilingual Dictionary of Tourism* [en línea] disponible en <http://techword.dfing.ua.es/tourismdictio/glosario.php> [Consulta: 15 de abril de 2021].
- Corpas, G. (1996): *Manual de fraseología española*, Madrid, Gredos.
- Corpas, G. (2004): “The Turicor Project:work in Progress”, *Revista Europea de Derecho de la Navegación Marítima y Aeronáutica*, 20, pp. 3043-3056.
- Coulmas, F. (1981): *Routine im Gespräch. Zur pragmatischen Fundierung der Idiomatik*, Wiesbaden, Athenaion.
- Cowie A. P. (1990): “Language as words: lexicography”, en N. E.Collinge, ed., *An Encyclopaedia of Language*, London-New York, Routledge, pp. 363-377.
- Das offizielle Tourismus Portal Österreich ankommen und aufleben (n.d. a): [en línea] disponible en <https://www.austria.info/de> [Consulta: 16 de marzo de 2021].
- Das offizielle Tourismus Portal Österreich ankommen und aufleben (n.d. b): *Service und Fakten Landeshauptstädte, Prospekte und Brouschure*, [en línea] disponible en <https://www.austria.info/de/service-und-fakten/prospekte-und-broschueren> [Consulta: 16 de marzo de 2021].
- DEHOGA Bundesverband (n.d.): *Zahlen und Fakten: Anzahl der Unternehmen* [en línea] disponible en: <https://www.dehoga-bundesverband.de/zahlen-fakten/anzahl-der-unternehmen/> [Consulta: 16 de marzo de 2021].
- Deutscher Tourismusverband (n.d.): [en línea] *Normierungen* disponible en <https://www.deutschertourismusverband.de/service/touristische-informationsnorm-tin/normierungen.html> [Consulta: 6 de agosto de 2017].
- Deutschland Zentrale für Tourismus (n.d. a): [en línea] *Germany Travel, Magic Cities*, disponible en <https://www.germany.travel/de/staedte-kultur/magic-cities.html> [Consulta: 16 de marzo de 2021].

- Deutschland Zentrale für Tourismus (n.d. b): [en línea] *Germany Travel, Startseite* disponible en: <http://www.germany.travel/de/index.html> [Consulta: 16 de marzo de 2021].
- Deutschland Zentrale für Tourismus (n.d. c): [en línea] *Germany Travel, Städte und Kultur: Städte*, disponible en <https://www.germany.travel/de/staedte-kultur/staedte.html> [Consulta: 16 de marzo de 2021].
- Deutschland Zentrale für Tourismus (n.d.): [en línea, d] *Historic Highlights of Germany*, disponible en <https://www.germany.travel/de/staedte-kultur/historic-highlights-of-germany.html> [Consulta: 16 de marzo de 2021].
- De Cock, S. (2003): *Recurrent sequences of words in native speaker and advanced learner spoken and written English*, Tesis doctoral no publicada, Université catholique de Luvain-la-Neuve, Belgium.
- De Cock, S., S. Granger, G. Leech, y T. McEnery (1998): “An automated approach to the phrasicon of EFL learners”, en S. Granger, ed., *Learner English on Computer*, London-New York, Addison Wesley Longman, pp. 67-79.
- Dobrovol'skij, D. (1992): “Angewandte Phraseologie: Zu einigen aktuellen Problemen”, en R. Große, G. Lerchner y M. Schröder, eds., *Beiträge zur Phraseologie, Wortbildung, Lexikologie: Festschrift für Wolfgang Fleischer*, M. Frankfurt a. M., Peter Lang, pp. 29-36.
- Dobrovol'skij, D. (2011): “Phraseologie und Konstruktionsgrammatik”, en A. Lasch y A. Ziem, eds., *Konstruktionsgrammatik III. Aktuelle Fragen und Lösungsansätze*, Tübingen, Stauffenburg, pp. 111-130.
- Döring, N. (2001): “Persönliche Homepages im WWW. Ein kritischer Überblick über den Forschungsstand”, *Medien und Kommunikationswissenschaft* 49 (3), pp. 325-349.
- Duden online (2021): *Wörterbuch* [en línea] disponible en <https://www.duden.de/> [Consulta: 21 de marzo de 2021].

- Ebel, B. (2007): *Kompakt-Training E-Business*, Ludwigshafen, Kiehl.
- Edo, N. (2012): “A comprehensive corpus-based study of the use of evaluative adjectives in promotional hotel websites”, *Odisea: revista de estudios ingleses*, 12, Publicaciones de la Universidad de Almería, pp. 97-123.
- Ellis, N. C. (1996): “Sequencing in SLA: Phonological memory, chunking, and point of order”, *Studies in Second Language Acquisition*, 18, pp. 91-126.
- Esteban-Fonollosa, M. (2020): “Sprachliche Muster in Hotelwebseiten des deutschsprachigen Raums: Ausdruck der Lokalisierung. En: *Muster in der Phraseologie. Monolingual und kontrastiv*”, en C. Mellado Blanco, H. Holzinger, N. Iglesias Iglesias y A. Mansilla Pérez, Hamburg, Verlag Dr. Kovač.
- Estornell, M. (2013) “Aproximación al léxico del turismo activo: codificación lexicográfica, formación y variación denominativa”, *Normas. Revista de estudios lingüísticos hispánicos*, 3, pp. 33-55.
- Evert, S. (2004): *The statistics of word cooccurrences: Word pairs and collocations*, Tesis doctoral, Stuttgart.
- Federal Statistical Office – FSO (n.d.): [en línea] disponible en <https://www.media-stat.admin.ch/web/apps/glossary/index.php?n=glo-263-de> [Consulta: 4 de agosto de 2017].
- Feilke, H. (1989): “Funktionen verbaler Stereotype für die Alltagssprachliche Wissensorganisation”, en C. Knobloch (ed.), *Kognition und Kommunikation*, Münster, Nodus, pp. 137-156.
- Feilke, H. (1994): *Common sense-Kompetenz. Überlegungen zu einer Theorie “sympathischen“ und “natürlichen“ Meinens und Verstehens*, Frankfurt a. M., Suhrkamp.
- Feilke, H. (1996): *Sprache als soziale Gestalt. Ausdruck, Prägung und Ordnung der sprachlichen Typik*, Frankfurt a. M., Suhrkamp.

- Feilke, H. (2004): “Kontext – Zeichen – Kompetenz. Wortverbindungen unter sprachtheoretischem Aspekt”, en K. Steyer, ed., *Wortverbindungen – mehr oder weniger fest*, Institut für Deutsche Sprache – Jahrbuch 2003, Berlin, de Gruyter, pp. 41-64.
- Filatkina, N. (2018): *Historische formelhafte Sprache. Theoretische Grundlagen und methodische Herausforderungen*, Berlin, De Gruyter.
- Filatkina, N. y S. Stumpf (2018): *Formelhafte Sprache in Text und Diskurs*, Berlin, De Gruyter.
- Fillmore, C. J. (2013): “Berkeley construction grammar”, en T. Hoffmann y G. Trousdale, eds., *The Oxford handbook of construction grammar*, Oxford-New York, pp. 111-133.
- Fillmore C., P. Kay y M. C. O’Connor (1998): “Regularity and idiomaticity in grammatical constructions: the case of LET ALONE”, *Language*, 64 (3), pp. 501-538.
- Firth, J. R. (1957): “A synopsis of linguistic theory 1930–55”, en F. R. Palmer, ed., *Selected Papers of J.R. Firth 1952-1957*, London, Longmans, pp. 168-205.
- Firth, J. R. (1969): *Papers in Linguistics: 1934-1951*. 1st, 4th reprint, London, Oxford University Press.
- Fleischer, W. (1982/1997): *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2. Aufl., Tübingen, Max Niemeyer.
- Fletcher, W. H. (2019): [en línea] disponible en <http://kwicfinder.com/kfNgram/kfNgramHelp.html> [Consulta: 17 de marzo de 2021].
- Fuster-Márquez, M. (2014): “Lexical Bundles and Phrase Frames in the Language of Hotel Websites”, *English Text Construction*, 7 (1), pp. 84-121.
- Fuster-Márquez, M. (2017): “The Discourse of US Hotel Websites: Variation through the Interruptibility of Lexical Bundles”, en M. Gotti, S. Maci y M. Sala, eds., *Ways of*

Seeing, Ways of Being. Representing the Voices of Tourism, Frankfurt am Main, Peter Lang, pp. 401-420.

Fuster-Márquez, M. y B. Pennock-Speck, (2015): “Target Frames in British Hotel Websites. *International Journal of English Studies*”, Murcia, Servicio de publicaciones Universidad de Murcia, 15 (1), pp. 51-69. <https://doi.org/10.6018/ijes/2015/1/213231>.

Fuster-Márquez, M. y C. Gregori-Signes (2018): “Persuading consumers: The use of conditional constructions in British hotel websites”, *Discourse & Communication*, 12 (6), <https://doi.org/10.1177/1750481318805169>.

Fuster-Márquez, M. y J. Fernández-Domínguez, (2020): “Overused Bundles in the Written Academic English of Spanish EFL Students Corpus Analysis in Academic Discourse”, en M. Carrió-Pastor, ed., *Academic Discourse and Learner Corpora*, Vol. 1, pp. 282 - 299.

Goldberg, A. (2003): “Constructions: a new theoretical approach to language”, *Trends in cognitive sciences*, 7 (5), pp. 219-224.

Goldberg, A. (2006): *Constructions at Work: The Nature of Generalization in Language*, New York, Oxford University Press.

González, V. (2012): “El discurso del turismo en Internet: hacia una caracterización de sus géneros”, en J. Sanmartín, ed., *Discurso e internet*, Madrid, Iberoamericana/Vervuert, pp. 13-50.

Granger, S. y M. Paquot (2008): “Disentangling the phraseological web”, en S. Granger y F. Meunier, eds., *Phraseology: An Interdisciplinary Perspective*, Amsterdam, John Benjamins Publishing, pp. 27-49.

Gray, B. y D. Biber, (2013): “Lexical frames in academic prose and conversation”, *International Journal of Corpus Linguistics*, 18 (1), pp. 109-135.

- Groom, N. (2017): *Phraseology: A critical reassessment* [PowerPoint]. Invited talk, Idiomaticity Workshop, University of Oslo, Norway, 2 Sept 2017. Disponible en https://www.hf.uio.no/ilos/english/research/projects/idiomaticity/events/groom_oslo_20170902.pdf [Consulta: 17 de marzo de 2021].
- Heinemann, W. (2000): “Textsorte – Textmuster – Texttyp”, en K.Brinker, ed., *Text- und Gesprächlinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*, Berlin, De Gruyter, pp. 507-523.
- Hernández Medina, J. J. (2004a): *Los análisis del género, discurso y registro en el alemán para fines turísticos*, Almería, Universidad de Almería.
- Hernández Medina, J. J. (2004b): “Los catálogos, folletos y anuncios breves turísticos en lengua alemana en la práctica de la comprensión lectora en las clases de Alemán turístico”, en M. J. Domínguez, B. Lübke y A. Mallo, eds., *El alemán en su contexto español = Deutsch im spanischen Kontext: actas IV congreso de la Federación de Asociaciones de Germanistas y profesores de Alemán en España* Celebrada el 26-28 de septiembre de 2002 en Santiago de Compostela, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 351-362.
- Hernández Medina, J. J. (2005a): *Arbeitsvorschläge zur Didaktischen Aufbereitung von Texten im Berufs- und Fachsprachenunterricht Deutsch im Tourismusbereich*, Banska Bystrica, Universita Mateja Bela.
- Hernández Medina, J. J. (2005b): “Sich online bewerben: Vorschläge zur Didaktisierung der Textsorte “Stellenanzeige” im Berufs-und Fachsprachenunterricht Deutsch im Tourismus”, en M. L., ed., Carrió Pastor, *Perspectivas interdisciplinares de la lingüística aplicada*, pp. 293-304.
- Hernández Medina, J. J. (2017): “Überlegungen zur didaktischen Aufbereitung der sprachlichen Merkmale der Website der Autovermietungsfirma für den Berufs- und Fachsprachenunterricht Deutsch im Tourismusbereich”, *Revista académica liLETRAd*, 3 (1), pp. 19-32.

Hoey, M., M. Mahlberg, M. Stubbs y W. Teubert (2007): *Text, discourse and corpora*, London, Continuum.

Holzinger, H. J. (2018): “Mit Angst und Bangen. Korpuslinguistische Untersuchungen zu Strukturen [mit + Substantiv] in adverbialer Funktion im semantischen Feld der Angst”, en N. Filatkina y S. Stumpf, eds., *Konventionalisierung und Variation, Phraseologische und konstruktionsgrammatische Perspektiven*, Frankfurt a.M., Peter Lang, pp. 229-249.

Hotellerie Suisse (n.d.a): [en línea] *Kriterienkatalog* disponible en: https://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf8/Kriterienkatalog_Normen_2015_2020_CH_dt.pdf [Consulta: 6 de agosto de 2017].

Hotellerie Suisse (n.d.b): [en línea] *Swiss Lodge – Kernleistungen der Hotellerie* disponible en: https://www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/services/klassifikation/sterne_swiss_lodge.htm [Consulta: 6 de agosto de 2017].

Hotellerie Suisse (n.d.c): *Mitglieder* [en línea, c] disponible en <https://www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/verband/mitglieder.htm> [Consulta: 3 de agosto de 2017].

Hotellerie Suisse (n.d.d): [en línea, d] disponible en https://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf11/Zahlen_und_Fakten_A6_2015_dt_Web1.pdf [Consulta: 6 de agosto de 2017].

Hotelstars (n.d.a): [en línea] *Deutschland* disponible en <https://www.hotelstars.eu/de/country-versions/deutschland/> [Consulta: 4 de agosto de 2017].

Hotelstars (n.d.b): [en línea] *Deutschland System: Statistik* disponible en <https://www.hotelstars.eu/de/deutschland/system/statistik/> [Consulta: 4 de agosto de 2017].

- Hotrec, Hospitality Europe (n.d.): *About us: Mission & Vision*, [en línea] disponible en <https://www.hotrec.eu/about-us/mission-vision/> [Consulta: 16 de marzo de 2017].
- Howarth, P. (1996): *Phraseology in English academic writing: Some implications for language learning and dictionary making*, Tübingen, M. Niemeyer.
- Höhmnn, D. (2014): *Tourismuskommunikation: Im Spannungsfeld von sprach- und Kulturkontakt*, Frankfurt a.M., Peter Lang.
- Huston, S. (2002): *Corpora in applied linguistics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Hyland, K. (2008): “As can be seen: Lexical bundles and disciplinary variation”, *English for Specific Purposes* 27 (1), pp. 4-21.
- Hyland, K. (2012): “Bundles in Academic Discourse”, *Annual Review of Applied Linguistics*, 32, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 150-169.
- IMED-KOMM-EU (2021): *Interkulturelle medizinische Kommunikation in Europa* [en línea] disponible en <https://www.imed-komm.eu/> [Consulta: 17 de abril de 2021].
- Janich, N. (Ed.) (2012): *Handbuch Werbekommunikation: sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge*, Tübingen, Francke.
- Janich, N. (2013): *Werbesprache: ein Arbeitsbuch*, Tübingen, Narr.
- Jespersen, O. (1924): *The Philosophy of Grammar*, London, George Allen & Unwin.
- Kay, P. y C. J. Fillmore (1999): “Grammatical constructions and linguistic generalizations: The What’s X doing Y? Construction”, *Language* 75 (1), pp. 1-33.
- Kellermeier-Rehbein, B. (2014): *Plurizentrik. Einführung in die nationalen Varietäten des Deutschen*, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Kühn, P. (1985): “Phraseologismen und ihr semantischer Mehrwert – „jemandem auf die Finger gucken“ in einer Bundestagsrede”, *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht*, 16, pp. 37-46.

- Kühtz, S. (2007): *Phraseologie und Formulierungsmuster in medizinischen Texten*, Tübingen, Narr.
- Kulzer, W. (2007): *Werbesprache im Tourismus. Eine sprachwissenschaftliche Untersuchung ausgewählter deutscher Reiseprosperkte*, München, GRIN Verlag.
- Langacker, R. W. (1987): *Foundations of cognitive grammar. Theoretical prerequisites*, 1. Stanford CA, Stanford University Press.
- Leibniz-Institut für Deutsche Sprache (IDS) (n.d.): grammis-Grammatisches Informationssystem [en línea] disponible en <https://grammis.ids-mannheim.de> [Consulta: 17 de abril de 2021].
- Lemnitzer, L. y H. Zinsmeister (2006): *Korpuslinguistik: Eine Einführung*, Tübingen, Narr.
- LinguaTurismo (2007): *El lenguaje de la comunicación turística español-italiano. Aspectos léxicos, pragmáticos e interculturales* [en línea] disponible en <http://www.linguatourismo.it/ESP/index.htm> [Consulta: 17 de abril de 2021].
- Lombardi, A. (2013): “Usuelle Wortverbindungen und wiederkehrende Kommunikationshandlungen in touristischen Texten. Das Projekt TouriTerm”, en D. Höhmann *Tourismuskommunikation. Im Spannungsfeld von Sprach- und Kulturkontakt*, Frankfurt a.M., Peter Lang, pp. 323-347.
- López, M. (2014): “Análisis de sitios web de turismo: terminología y traducción”, en C. Vargas, ed., *TIC, trabajo colaborativo e interacción en Terminología y Traducción*, Granada, Comares.
- Lüger, H. H. y H. Lenk (2008): “Kontrastive Medienlinguistik. Ansätze, Ziele, Analysen”, en H. H. Lüger y H. Lenk, eds., *Kontrastive Medienlinguistik*, Landau, Verlag Empirische Pädagogik, pp. 11-28.
- Meiwes, E. E. (2018): *Sprache und Tourismus. Eine Analyse deutschsprachiger Hotelwebseiten für den interkulturellen DaF-Unterricht*, Münster, Waxmann.

- Mellado, C., K. Berty e I. Olza (eds.) (2017): *Discurso repetido y fraseología textual (español y español-alemán)*, *Lingüística Iberoamericana*, 64, Vervuert Verlagsgesellschaft. <https://doi.org/10.31819/9783954876037>.
- Mellado, C., H. Holzinger, N. Iglesias y A. Mansilla (eds.) (2020): *Muster in der Phraseologie, Monolingual und kontrastiv*, Hamburg, Verlag Dr. Kovač.
- Nattinger, J. R. y J. S. DeCarrico (1992): *Lexical phrases and language teaching*, Oxford, England, Oxford University Press.
- Nesselhauf, N. (2004): “What are collocations?”, en D. Allerton, N. Nesselhauf y P. Skandera, eds., *Phraseological units: Basic concepts and their application*, Basel, Schwabe, pp. 1-21.
- Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (2020): *Ficha País: Suiza. Confederación suiza* [en línea] disponible en http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/SUIZA_FICHA%20PAIS.pdf [Consulta: 6 de septiembre de 2020].
- Oficina de Publicaciones de la Unión Europea (n.d.): [en línea] disponible en <https://op.europa.eu/es/web/eu-vocabularies/th-concept/-/resource/eurovoc/1329?uri=http://eurovoc.europa.eu/1329> [Consulta: 6 de septiembre de 2020].
- Österreichische Hoteliervereinigung (n.d.): [en línea] disponible en <https://www.oehv.at/mitglied-werden/> consulta 04.08.2017 [Consulta: 4 de agosto de 2017].
- Palm, C. (1995): *Phraseologie: Eine Einführung*, Tübingen, Gunter Narr.
- Paul, H. (1889/1975): *Prinzipien der Sprachgeschichte*. 9. unveränderte Aufl., Tübingen, Max Niemeyer. <https://doi.org/10.1515/9783110929461>.
- Pawley, A. y F. H. Syder (1983): “Two puzzles for linguistic theory: Nativelike selection and nativelike fluency”, en J. C. Richards y R. W. Schmidt, *Language and communication*, London, England, Longman, pp. 191-225.

- Pfab, F. (2012): *Fachphraseologismen in der Medizin: Eine kontrastive Analyse fachphraseologischer Einheiten in spanischen und deutschen Fachtexten zur Therapie des Schlaganfalls*. Diplomarbeit, Leipzig, Universität Leipzig.
- Pfeiffer, C. (2016): *Frequenz und Funktionen phraseologischer Wendungen in meinungsbetonten Presstexten (1911–2011)*, Baltmannsweiler, Schneider Verlag Hohengehren.
- Raineri, S. y C. Debras (2019): “Corpora and Representativeness: Where to go from now?” [en línea] *Cognitextes*, 19, disponible en <http://journals.openedition.org/cognitextes/1311> [Consulta: 17 de marzo de 2021] <https://doi.org/10.4000/cognitextes.1311>.
- Ramírez, L. y F. Suau (2014): “La traducción de sitios web de hoteles: aspectos discursivos y de localización necesarios para la persuasión del cliente”, en *I Congreso Internacional de Traducción Económica, Financiera, Comercial e Institucional*, Universidad de Alicante.
- Renouf, A. y J. Sinclair (1991): “Collocational frameworks in English”, en K. Aijmer y B. Altenberg, eds., *English corpus linguistics: Studies in honuor of Jan Svartik*, London, Longman, pp. 128-143.
- Römer, U. (2009): “The inseparability of lexis and grammar: Corpus linguistic perspectives”, *Annual Review of Cognitive Linguistics*, 7, pp. 141-163.
- Römer, U. (2010): “Establishing the phraseological profile of a text type: The construction of meaning in academic book reviews”, *English Text Construction* 3 (1), pp. 95-119.
- Ruíz, L. (1997): *Aspectos de fraseología teórica española. Cuadernos de filología: Anejo 24*, València, Universitat de València.
- Salazar, D. J. L. (2011): *Lexical bundles in scientific English: A corpus-based study of native and non-native writing*. Tesis doctoral, Barcelona, Universitat de Barcelona.

- Sánchez, R. (2011): *Unternehmenswebseiten kontrastiv. Eine sprachwissenschaftliche motivierte und praxisorientierte Vorgehensweise für eine kontrastive Analyse deutscher, spanischer und französischer Unternehmenswebseiten*, Tübingen, Narr.
- Sanmartín, J. (2011): “Unidad y variación en el español del turismo: las páginas web de promoción de hoteles de España y Chile”, en M.V.Calvi y G. Mapelli, eds., *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*, Peter Lang, Bern, pp. 335-358.
- Sanmartín, J. (2012): “De las normativas turísticas a las páginas electrónicas de promoción de hoteles: la clasificación hotelera desde la perspectiva lingüística”, en Sanmartín, J., ed., *Discurso turístico e Internet*, Iberoamericana, Madrid, pp. 81-124.
- Sanmartín, J. (2014): “A Propósito de los cibergéneros: el portal oficial de turismo de España: Spain info y el Facebook institucional See.spain como objeto de análisis”, *LEA: Lingüística Española Actual*, 36 (1), pp.119-148.
- Schäfer, P. (2018): “Formelhafter Sprachgebrauch in Fachdiskursen der Schulmedizin, Naturheilkunde und Homöopathie. Erste Überlegungen zu einem Forschungsvorhaben”, en N. Filatkina y S. Stumpf, eds., *Formelhafte Sprache in Text und Diskurs*, Berlin, De Gruyter, pp. 311-350.
- Sinclair, J. M. (1991): *Corpus, concordance, collocation. Describing English language*, Oxford, Oxford University Press.
- Simpson-Vlach, R. y N. C. Ellis (2010): “An academic formulas list: New methods in phraseology research”, *Applied Linguistics*, 31, pp. 487-512. doi: 10.1093/applin/amp058.
- Sketch-Engine (2021): *German Web 2013 (deTenTen13)* [en línea] disponible en <https://www.sketchengine.eu/> [Consulta: 24 de marzo de 2021].

- SLEST 2.0 - *European Linguistic Standard for Tourism* (2015) [en línea] disponible en <http://www.sictur.es/producciones/proyecto/verdetalle?idref=1794> [Consulta: 16 de abril de 2021].
- Statista (n.d.): *Tourismus & Gastronomie, Unterkünfte Anzahl der Beherbergungsbetriebe in Österreich nach Bundesländern im Tourismusjahr 2015/2016*, [en línea] disponible en <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/295725/umfrage/anzahl-der-beherbergungsbetriebe-in-oesterreich-nach-bundeslaendern/> [Consulta: 4 de agosto de 2017].
- Statistisches Bundesamt - Destatis (n.d.): [en línea, a] disponible en https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischeWochenBerichte/WochenBerichte_Bevoelkerung.pdf?__blob=publicationFile [Consulta: 4 de agosto de 2017].
- Statistisches Bundesamt – Destatis (n.d.): [en línea, b] disponible en https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BinnenhandelGastgewerbeTourismus/Tourismus/MonatserhebungTourismus2060710171054.pdf?__blob=publicationFile [Consulta: 4 de agosto de 2017].
- Stein, S. (1995): *Formelhafte Sprache: Untersuchungen zu ihren pragmatischen und kognitiven Funktionen im gegenwärtigen Deutsch*, Frankfurt am Main, Lang.
- Stein, S. (2003): *Textgliederung. Einheitsbildung im geschriebenen und gesprochenen Deutsch: Theorie und Empirie*, Berlin y New York, de Gruyter.
- Stein, S. (2012): “Phraseologie und Wortbildung des Deutschen. Ein Vergleich von Äpfeln mit Birnen?”, en M. Prinz y U. Richter-Vapaatalo, eds., *Idiome, Konstruktionen, „verblühte rede“*. *Beiträge zur Geschichte der germanistischen Phraseologieforschung*, Stuttgart, Hirzel, pp. 225-240.
- Stein, S. (2018): “Vorgeformtheit aus text(sorten)linguistischer Perspektive”, en S. Stumpf y N. Filatkina, eds., *Formelhafte Sprache in Text und Diskurs*, Band 2., Berlin, De Gruyter, pp. 15-47.

- Steyer, K. (2013): *Usuelle Wortverbindungen: Zentrale Muster des Sprachgebrauchs aus korpusanalytischer Sicht*, Tübingen, Narr.
- Stubbs, M. (2002): *Words and phrases. Corpus studies of lexical semantics*, Oxford, Blackwell Science.
- Stubbs, M. (2007): “An example of frequent English phraseology: Distribution, structures and functions”, en R. Facchinetti, ed., *Corpus Linguistics 25 years on*, Amsterdam, Rodopi, pp. 89-105.
- Stumpf, S. (2015): *Formelhafte (Ir-)Regularitäten. Korpuslinguistische Befunde und sprachtheoretische Überlegungen*, Frankfurt a. M., Peter Lang.
- Suau, F. (2011a): “La persuasión a través del metadiscursio interpersonal en el género Página Web Institucional de Promoción Turística en inglés y español”, en M. V. Calvi y G. Mapelli, eds., *La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología*, Bern, Peter Lang, Colección: Linguistic Insights, Vol. 138, pp. 177-200.
- Suau, F. (2012b): “El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (4), pp. 143-153.
- Suau, F. (2013): “Touristic promotion through websites in parallel and comparable corpora: differences in persuasion between English and Spanish interpersonal markers”, en *Congreso CILC (V Congreso Internacional de Lingüística de Corpus)*, Universidad de Alicante.
- Suau, F. (2015): “Traducción de calidad de webs hoteleras: discurso interpersonal e implicación del cliente”, *Revista de lingüística, filología y traducción de la Pontificia Universidad Católica de Chile*, 32, 2015. pp. 152-170.
- Tabares, E. (2014): *Fraseología jurídica contrastiva español-alemán- Kontrastive Fachphraseologie der spanischen und deutschen Rechtsprache*, Berlin Frank & Timme.

- TERMITUR (n.d.): *Diccionario inteligente TERMinológico para el sector TURístico (alemán-inglés-español)* [en línea] disponible en <http://www.lexytrad.es/termitur/> [Consulta: 17 de abril de 2021].
- Thun, H. (1978): *Probleme der Phraseologie: Untersuchungen zur wiederholten Rede mit Beispielen aus dem Französischen, Italienischen, Spanischen und Rumänischen*, Tübingen, Max Niemeyer.
- Tomasello, M. (2008): “Konstruktionsgrammatik und früher Ersterwerb” (traducido por S. Wulf y A. Zeschel), en K. Fischer y Stefanowitsch, A., eds., *Konstruktionsgrammatik. Von der Anwendung zur Theorie, 2. Auflage*, Tübingen, Stauffenberg, pp. 19-37.
- Tognini-Bonelli, E. (2001): *Corpus Linguistics at Work*, Amsterdam, John Benjamins.
- Van de Cruys, T. (2011): *Two Multivariate Generalizations of Pointwise Mutual Information*, RCEAL, University of Cambridge.
- Villada, B. (2005): *Data-driven identification of fixed expressions and their modifiability*, Tesis doctoral, The Netherlands, University of Groningen.
- Vujičić, N. (2018): “Phraseme als diskursrelevante Analyseobjekte in politischen Diskursen. Eine linguistische Untersuchung am Beispiel des Jugoslawiendiskurses in der SPIEGEL-Berichterstattung”, en N. Filatkina y S. Stumpf, eds., *Formelhafte Sprache in Text und Diskurs*, Berlin, De Gruyter, pp. 351-374.
- Wirtschaftskammern Österreichs (n.d.): *Bevölkerung* [en línea] disponible en http://wko.at/statistik/jahrbuch/2017_k3.pdf [Consulta: 4 de agosto de 2017]
- Wood, D. (2002): “Formulaic Language in Acquisition and Production: Implications for Teaching”, *TESL Canada Journal*, pp. 1-15.
- Wood, D. (2015): *Fundamentals of Formulaic Language: An Introduction*, London, Bloomsbury Academic, Bloomsbury Collections.

- Wray, A. (2002): *Formulaic Language and the Lexicon*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Wray, A. (2008): *Formulaic language: pushing the boundaries*, Oxford, Oxford University Press.
- Wray, A. y M. Perkins (2000): "The functions of formulaic language: An integrated model", *Language & communication*, 20 (1), pp. 1-28.
- Zuluaga, A. (1980): *Introducción al estudio de las expresiones fijas*, Frankfurt a. M./Bern, Peter Lang, (Studia Romanica et Lingüística, 10).

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Población en porcentaje de los principales países germano hablantes	82
Figura 2. Publicidad de la ÖHV sobre los servicios que ofrece a sus afiliados ..	84
Figura 3. Distribución de hoteles por <i>Bundesländer</i> en Alemania.....	87
Figura 4. Distribución de hoteles por <i>Länder</i> en Austria	88
Figura 5. Distribución de hoteles por <i>Kantone</i> en Suiza	90
Figura 6. Distribución de hoteles por categoría en Alemania	91
Figura 7. Distribución de hoteles por categoría en Austria	92
Figura 8. Distribución de hoteles por categoría en Suiza (Hotellerie Suisse, en línea, d)	93
Figura 9. Distribución de hoteles por categoría en Alemania, Austria y Suiza...	94
Figura 10. Página oficial de turismo dependiente del <i>Ministerio de Economía y Energía</i> de Alemania	95
Figura 11. Ciudades de interés turístico general <i>Magic Cities</i> en el portal oficial de turismo del <i>Ministerio de Economía y Energía</i> de Alemania.....	96
Figura 12. Porcentaje de ciudades, número de textos, de palabras y de formas por países	99
Figura 13. Número de textos por ciudades	102
Figura 14. Número de palabras por ciudades	102
Figura 15. Número de formas por ciudades	103
Figura 16. Captura de pantalla de la búsqueda <i>Liebe zum Detail</i> en <i>Sketch Engine</i>	123
Figura 17. Proceso de asociación de engramas a marcos frasales.....	127
Figura 18. Clasificación estructural básica de paquetes léxicos de cuatro palabras en Fuster-Márquez (2014) y KoDeHo.....	140
Figura 19. Clasificación estructural de paquetes léxicos en KoDeHo	141
Figura 20. Estructuras básicas de paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo	141

Figura 21. Estructuras nominales más comunes en los paquetes léxicos de tres palabras en KoDeHo.....	146
Figura 22. Estructuras nominales más comunes en los paquetes léxicos de cuatro palabras en KoDeHo.....	149
Figura 23. Estructuras nominales más comunes en los paquetes léxicos de cinco palabras en KoDeHo.....	151
Figura 24. Estructuras nominales de paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo.....	152
Figura 25. Estructuras preposicionales en paquetes léxicos de tres palabras de KoDeHo.....	157
Figura 26. Estructuras preposicionales en paquetes léxicos de cuatro palabras de KoDeHo.....	161
Figura 27. Estructuras preposicionales en paquetes léxicos de cinco palabras de KoDeHo.....	163
Figura 28. Estructuras preposicionales de paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo.....	164
Figura 29. Estructuras verbales de paquetes léxicos de tres palabras	167
Figura 30. Estructuras verbales de paquetes de cuatro palabras en KoDeHo ...	170
Figura 31. Estructuras verbales de paquetes de cinco palabras en KoDeHo.....	171
Figura 32. Estructuras verbales de paquetes de entre tres y cinco palabras en KoDeHo.....	172
Figura 33. Estructuras verbales de paquetes léxicos de entre tres y cinco palabras	172
Figura 34. Porcentaje de funciones paquetes de tres a cinco palabras en KoDeHo	174
Figura 35. Porcentajes comparados de las funciones de los paquetes léxico según tamaño	175
Figura 36. Funciones referenciales de los paquetes léxicos de tres a cinco palabras en KoDeHo.....	178
Figura 37. Perfil semántico-funcional de paquetes léxicos según el tamaño	189

Figura 38. Tipo de palabras fijas de paquetes léxico según el tamaño.....	206
Figura 39. Categorías gramaticales del <i>slot</i> de los marcos frasales de tres, cuatro y cinco palabras	207
Figura 40. Tipo de palabras fijas según el tamaño del paquete léxico	208
Figura 41. Porcentaje de paquetes según tamaño en los tres subcorpus	232

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Unidades fraseológicas tradicionalmente estudiadas en alemán (Filatkina, 2018)	48
Tabla 2. Modelo de perfil fraseológico de Römer (2010)	59
Tabla 3. Secciones y denominaciones habituales en una página web hotelera en alemán.....	74
Tabla 4. Características corpus KoDeHo	80
Tabla 5. Población de los principales países de lengua alemana	81
Tabla 6. Número de hoteles por países.....	85
Tabla 7. Distribución de hoteles por <i>Bundesländer</i> en Alemania	86
Tabla 8. Distribución de hoteles por <i>Länder</i> en Austria.....	88
Tabla 9. Distribución de hoteles por cantones en Suiza	89
Tabla 10. Ciudades alemanas seleccionadas	96
Tabla 11. Distribución de hoteles, formas, palabras y ciudades por países	99
Tabla 12. Distribución de hoteles, palabras y formas por ciudades	101
Tabla 13. Significado de elementos de la fórmula del índice <i>simple maths</i>	118
Tabla 14. Significado de elementos de la fórmula del <i>valor mixto</i>	119
Tabla 15. Ejemplo de procedimiento de asociación de marcos frasales y paquetes	128
Tabla 16. Criterios cualitativos para el filtrado manual de paquetes con ejemplos	134
Tabla 17. Número de paquetes seleccionados en función del tamaño	134
Tabla 18. Listado de los 50 primeros paquetes léxicos de cuatro palabras según los índices de la frecuencia absoluta, el IMP, el <i>simple math</i> y <i>valor mixto</i>	138
Tabla 19. Componentes de las estructuras de los paquetes nominales y preposicionales	142
Tabla 20. Estructuras nominales en paquetes de tres palabras	146
Tabla 21. Estructuras nominales de paquetes de cuatro palabras en KoDeHo..	148
Tabla 22. Estructuras nominales de paquetes de cinco palabras en KoDeHo...	150

Tabla 23. Paquetes léxicos de tres palabras organizados por estructura preposicional, con valores de frecuencia, número de documentos y <i>valor mixto</i>	156
Tabla 24. Paquetes léxicos de cuatro palabras organizados por estructura preposicional, con valores de frecuencia, número de documentos y <i>valor mixto</i>	160
Tabla 25. Paquetes léxicos de cinco palabras organizados por estructura preposicional, con valores de frecuencia, número de documentos y <i>valor mixto</i>	162
Tabla 26. Estructuras verbales de los paquetes léxicos en KoDeHo en función del tamaño	166
Tabla 27. Paquetes léxicos de tres palabras organizados por estructura verbal, con valores de frecuencia, número de documentos y <i>valor mixto</i>	167
Tabla 28. Paquetes léxicos de cuatro palabras organizados por estructura verbal, con valores de frecuencia, número de documentos y <i>valor mixto</i>	169
Tabla 29. Paquetes léxicos de cinco palabras organizados por estructura verbal, con valores de frecuencia, número de documentos y <i>valor mixto</i>	171
Tabla 30. Comparación de paquetes léxicos organizados por función entre COMETVAL y KoDeHo	174
Tabla 31. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan localización	181
Tabla 32. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan temporalización	183
Tabla 33. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan modo	185
Tabla 34. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan finalidad..	186
Tabla 35. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan equipamiento	187
Tabla 36. Paquetes léxicos referenciales en KoDeHo que expresan servicios..	189
Tabla 37. Paquetes léxicos con función comunicativa en KoDeHo, ordenados por <i>valor mixto</i>	196

Tabla 38. Marcos de tres palabras que albergan paquetes léxicos en KoDeHo	203
Tabla 39. Marcos de cuatro palabras que albergan paquetes léxicos en KoDeHo	204
Tabla 40. Marcos de cinco palabras que albergan paquetes léxicos en KoDeHo	205
Tabla 41. Paquetes léxicos de tres palabras característicos de cada subcorpus	213
Tabla 42. Paquetes léxicos de cuatro palabras característicos de cada subcorpus	214
Tabla 43. Paquetes léxicos de cinco palabras característicos de cada subcorpus	216
Tabla 44. Paquetes léxicos destacados en Austria.....	219
Tabla 45. Paquetes léxicos destacados en Suiza	222
Tabla 46. Paquetes léxicos destacados en Alemania.....	225
Tabla 47. Paquetes léxicos destacados en Austria y Alemania frente a Suiza ..	229
Tabla 48. Paquetes léxicos destacados en Suiza y Alemania frente a Austria ..	230
Tabla 49. Paquetes léxicos destacados en Austria y Suiza frente Alemania.....	231

ANEXOS

Anexo 1 – Listados bilingües alemán- español de regiones y ciudades.....	295
Anexo 2 – Listado de paquetes léxicos de tres palabras con valores en KoDeHo ordenado según el <i>valor mixto</i>	298
Anexo 3 - Listado de paquetes de cuatro palabras con valores en KoDeHo.....	309
Anexo 4 - Listado de paquetes de cinco palabras con valores en KoDeHo	317
Anexo 5 - Listado de paquetes léxicos entre tres y cinco palabras ordenados por <i>valor mixto</i> clasificados en KoDeHo.....	321
Anexo 6 - Listado de paquetes de entre tres y cinco palabras ordenados por orden alfabético de palabras clave en KoDeHo.....	344
Anexo 7 - Listado de paquetes léxicos prototípicos ordenados por orden alfabético de palabras clave en KoDeHo , con indicación de variación.....	367
Anexo 8 - Listado de paquetes de tres palabras ordenados por orden alfabético con valores de frecuencia normalizada y MI por países en KoDeHo	382
Anexo 9 - Listado de paquetes de cuatro palabras ordenados por orden alfabético con valores de frecuencia normalizada y MI por países en KoDeHo	394
Anexo 10 - Listado de paquetes de cinco palabras ordenados por orden alfabético con valores de frecuencia normalizada y MI por países en KoDeHo	402

Anexo 1 – Listados bilingües alemán- español de regiones y ciudades

Listado de regiones o estados en Alemania:

Alemán	Español
Baden-Württemberg	Baden-Wurtemberg
Niedersachsen	Baja Sajonia
Bayern	Baviera
Berlin	Berlín
Brandenburg	Brandeburgo
Bremen	Bremen
Hamburg	Hamburgo
Hessen	Hesse
Mecklenburg-Vorpommern	Mecklemburgo-Pomerania Occidental
Nordrhein-Westfalen	Renania del Norte-Westfalia
Rheinland-Pfalz	Renania-Palatinado
Sachsen	Sajonia
Sachsen-Anhalt	Sajonia-Anhalt
Saarland	Sarre
Schleswig-Holstein	Schleswig-Holstein
Thüringen	Turingia

Listado de regiones o estados en Austria:

Alemán	Español
Burgenland	Burgenland
Kärnten	Carintia
Niederösterreich	Baja Austria
Oberösterreich	Alta Austria
Salzburg	Salzburgo
Steiermark	Estiria
Tirol	Tirol
Vorarlberg	Vorarlberg
Wien	Viena

Listado de regiones o cantones en Suiza:

Alemán	Español
Appenzell Ausserrhoden	Appenzell Rhodes Exteriores
Appenzell Innerrhoden	Appenzell Rhodes Interiores
Aargau	Argovia
Basel-Landschaft	Basilea Campo
Basel-Stadt	Basilea Ciudad
Bern	Berna
Freiburg	Friburgo
Genf	Ginebra
Glarus	Glaris
Graubünden	Grisones
Jura	Jura
Luzern	Lucerna
Neuenburg	Neuchatel
Nidwalden	Nidwalden
Obwalden	Obwalden
Schaffhausen	Schaffhausen
Schwyz	Schwyz
Solothurn	Solothurn
St. Gallen	St. Gallen
Tessin	Tesino
Thurgau	Turgovia
Uri	Uri
Wallis	Valais
Waadt	Vaud
Zug	Zug
Zürich	Zúrich

Listado de ciudades en Alemania:

Alemán	Español
Augsburg	Augsburgo
Berlin	Berlín
Dresden	Dresde
Düsseldorf	Düsseldorf
Erfurt	Érfurt
Frankfurt	Fráncfort
Freiburg	Friburgo

Alemán	Español
Hamburg	Hamburgo
Hannover	Hannover
Heidelberg	Heidelberg
Koblenz	Coblenza
Köln	Colonia
Leipzig	Leipzig
Mainz	Maguncia
München	Múnich
Münster	Münster
Nürnberg	Nuremberg
Osnabrück	Osnabrück
Potsdam	Potsdam
Regensburg	Ratisbona
Rostock	Rostock
Stuttgart	Stuttgart

Listado de ciudades en Austria:

Austria	
<i>Alemán</i>	<i>Español</i>
Bregenz	Bregenz
Eisenstadt	Eisenstadt
Graz	Graz
Innsbruck	Innsbruck
Klagenfurt	Klagenfurt
Linz	Linz
Salzburg	Salzburgo
Sankt Pölten	Sankt Pölten
Wien	Viena

Listado de ciudades en Suiza:

Suiza	
<i>Alemán</i>	<i>Español</i>
Basel	Basilea
Bern	Berna
Chur	Chur
Luzern	Lucerna
Schaffhausen	Schaffhausen
St. Gallen	St. Gallen
Zürich	Zúrich

Anexo 2 – Listado de paquetes léxicos de tres palabras con valores en KoDeHo ordenado según el *valor mixto*

Paquete léxicos de tres palabras	<i>Valor mixto</i>	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	<i>Simple maths</i>
Preis pro Person	41,01	255	109,22	15,47	76	81,9
ein individuelles Angebot	47,47	160	68,53	16,24	87	51,6
in unmittelbarer Nähe	53,02	371	158,90	16,53	264	24
Entfernung vom Hotel	53,35	408	174,75	14,61	23	142,8
aus aller Welt	54,64	162	69,39	17,66	107	27,3
Liebe zum Detail	60,29	135	57,82	19,56	94	35,4
auf Ihren Besuch	62,81	253	108,36	14,21	183	72,1
Frühstück vom Buffet	68,75	135	57,82	15,33	49	43,4
individuell regulierbare Klimaanlage	68,99	207	88,66	21,18	52	20,7
Badewanne oder Dusche	79,84	153	65,53	13,94	59	54,5
Dusche oder Badewanne	81,34	153	65,53	13,94	73	52,6
Badezimmer mit Dusche	85,8	262	112,22	13,20	90	86,2
bieten wir Ihnen	90,29	450	192,74	13,05	274	79,7
wie zu Hause	92,16	112	47,97	14,26	87	35,9
auf höchstem Niveau	93,17	101	43,26	20,32	68	26
Bad mit Dusche	94,63	265	113,50	12,90	96	79,1
bequem zu Fuß	94,75	99	42,40	15,78	82	33,6
bis zur Haltestelle	96,71	122	52,25	13,65	65	41,2
Speisen und Getränke	97,13	113	48,40	14,18	77	27,6
der ideale Ausgangspunkt	109,01	87	37,26	15,69	77	29,8

Paquete léxicos de tres palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	Simple maths
die öffentlichen Verkehrsmittel	113,59	88	37,69	14,83	65	28,5
Badezimmer mit Badewanne	115,11	104	44,54	13,18	40	36,6
Kunst und Kultur	116,7	104	44,54	13,39	71	26,8
und vieles mehr	118,87	152	65,10	13,14	113	19,8
aus der Region	120,49	138	59,11	12,66	94	24,5
Kaffee und Tee	125,14	142	60,82	12,31	59	43,8
Restaurants und Bars	126,83	89	38,12	13,51	76	29,4
Dusche oder Bad	127,49	198	84,80	13,58	93	15,8
in allen Zimmern	127,75	222	95,08	13,99	132	14,2
Lage des Hotels	129,82	127	54,39	12,35	109	43,6
Bad oder Dusche	132,01	102	43,69	12,62	52	34,6
die zentrale Lage	133,84	105	44,97	13,70	86	17,3
über den Dächern	136,62	139	59,53	15,08	58	9,6
nur wenige Gehminuten	143,3	102	43,69	18,35	84	9,9
an der Rezeption	146,41	591	253,13	12,17	277	17,1
Dusche und WC	147,17	208	89,09	11,25	95	63,9
Tagungen und Veranstaltungen	148,44	88	37,69	12,57	65	30,1
vor der Tür	150,27	91	38,98	14,35	72	14,6
bis zur Station	152,32	81	34,69	12,77	39	29,2
Aufenthalt bei uns	152,64	103	44,12	11,84	72	31,7
Bademantel und Slipper	152,96	75	32,12	16,60	22	18
Schallschutzfenster sowie Haartrockner	153,94	68	29,12	19,58	14	24,7

Paquete léxicos de tres palabras	Valor <i>mixto</i>	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	<i>Simple maths</i>
bitte beachten Sie	154,83	356	152,48	15,62	181	6,1
je nach Verfügbarkeit	155,08	119	50,97	16,69	61	6,9
zur Verfügung gestellt	156,64	94	40,26	17,40	55	9,1
ein angenehmes Wohnen	156,86	67	28,70	18,43	15	24,3
mit einem Doppelbett	159,03	107	45,83	11,37	51	36,9
Zimmer mit Verbindungstür	159,36	84	35,98	12,59	46	22,2
in wenigen Minuten	160,26	109	46,69	14,18	94	8,3
mit öffentlichen Verkehrsmitteln	160,64	136	58,25	15,69	104	6,4
Samstag und Sonntag	163,93	75	32,12	13,30	57	22,1
Bad mit Badewanne	168,58	79	33,84	12,47	34	24,7
mit dem Auto	168,79	513	219,72	13,10	355	6,6
wir bieten Ihnen	169,37	202	86,52	11,90	138	12,8
vor Ihrer Anreise	171,3	65	27,84	14,36	44	23,5
Person im Doppelzimmer	171,85	102	43,69	11,09	41	36,1
lassen Sie sich	173,85	286	122,50	10,27	179	55,1
direkt bei uns	176,65	89	38,12	11,20	55	27,8
vor dem Hotel	179,31	157	67,24	10,18	95	45,6
in den Tag	180,19	361	154,62	9,76	234	98,3
Tee und Kaffee	180,26	83	35,55	11,54	29	23,3
Telefon mit Anrufbeantworter	180,88	60	25,70	15,09	16	21,5
sichern Sie sich	182,25	81	34,69	11,50	63	25,5
zum Preis von	183,63	101	43,26	10,79	58	23,1

Paquete léxicos de tres palabras	Valor <i>mixto</i>	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	<i>Simple maths</i>
im Herzen von	183,94	219	93,80	11,68	134	9,1
in unserem Haus	184,03	228	97,65	11,80	149	8,8
eine große Auswahl	185,46	135	57,82	15,65	111	4,5
nur wenige Schritte	186,17	76	32,55	19,81	58	7,5
für unsere Gäste	186,41	173	74,10	10,61	128	16,8
freuen Sie sich	190,65	223	95,51	10,54	150	15,7
über die Dächer	190,71	60	25,70	13,82	38	21
zu Fuß erreichbar	191,2	58	24,84	15,50	44	19,9
profitieren Sie von	191,29	84	35,98	10,78	59	24,8
Bügeleisen und Bügelbrett	192,97	56	23,99	17,67	25	20,4
auf Ihre Anfrage	194,75	80	34,26	10,86	54	27,2
im gesamten Hotel	194,76	313	134,06	12,05	142	5,9
auf dem Zimmer	195,46	291	124,64	9,24	114	95,7
von hier aus	196,81	135	57,82	10,55	106	15,6
in unserem Restaurant	198,77	193	82,66	10,65	101	10
Familien mit Kindern	200,55	59	25,27	15,92	40	15,2
auf einen Blick	201,22	120	51,40	11,36	91	8,3
im Zentrum von	202,57	223	95,51	11,20	111	7
für Ihre Veranstaltung	202,68	173	74,10	12,63	103	4,8
im ganzen Haus	203,16	83	35,55	14,22	63	5,5
Wahrzeichen der Stadt	203,96	59	25,27	13,39	50	18,7
TV mit Radio	204,16	79	33,84	11,93	14	13,2

Paquete léxicos de tres palabras	Valor <i>mixto</i>	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	<i>Simple maths</i>
Sehenswürdigkeiten der Stadt	207,86	73	31,27	11,06	58	24,5
nur wenige Minuten	209,07	70	29,98	16,28	57	6
Preise pro Zimmer	210,2	67	28,70	11,33	30	26,1
der historischen Altstadt	210,53	59	25,27	12,54	42	20,1
mit dem Bus	210,88	98	41,97	11,03	71	9,9
Person und Tag	212,48	89	38,12	9,48	48	29,3
für Ihre Feier	214,01	63	26,98	12,66	39	15,3
für jeden Geschmack	214,4	120	51,40	16,61	94	3,3
der besonderen Art	214,61	61	26,13	13,64	42	9,8
Zuhause auf Zeit	214,96	54	23,13	14,88	31	19,9
in der Nähe	215,03	414	177,32	10,04	246	9,4
unser reichhaltiges Frühstücksbuffet	215,38	57	24,41	15,33	41	12,2
vom Hotel entfernt	217,71	233	99,79	12,57	147	3,8
auf unserer Website	218,82	59	25,27	12,45	42	17,7
Badezimmer mit Bad	218,94	115	49,26	12,59	43	4,1
während Ihres Aufenthaltes	219,47	71	30,41	21,23	56	5,1
wir freuen uns	221,42	958	410,32	15,00	496	2,7
Tradition und Moderne	222,38	55	23,56	13,23	43	18,5
mit Blick auf	222,8	293	125,49	10,47	159	6,5
in unserem Hotel	223,02	332	142,20	8,79	192	16,6
kontaktieren Sie uns	223,04	258	110,50	13,16	192	3,1
mit öffentlichen Verkehrsmittel	226,67	141	60,39	15,81	107	2,7

Paquete léxicos de tres palabras	Valor <i>mixto</i>	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	<i>Simple maths</i>
eine Auswahl an	227,79	102	43,69	12,11	79	4,4
bei der Planung	227,86	122	52,25	12,48	88	3,8
mit dem Fahrrad	228,12	79	33,84	12,12	51	5,9
erfahren Sie mehr	229,67	151	64,67	11,26	54	4,5
um die Ecke	230,65	57	24,41	12,90	45	12,4
auf dieser Seite	232,14	64	27,41	13,80	54	5,7
in zentraler Lage	232,37	92	39,40	14,71	78	3,1
bei der Buchung	232,91	96	41,12	9,93	64	9,5
Übernachtungen im Doppelzimmer	233,87	56	23,99	11,90	26	20,1
in der Umgebung	234,04	142	60,82	8,61	119	14,1
Tauchen Sie ein	234,16	66	28,27	11,81	47	9,4
eine Flasche Mineralwasser	235,39	61	26,13	15,85	27	5,2
in allen Bereichen	236,48	96	41,12	14,99	64	3
wie zum Beispiel	236,8	71	30,41	14,62	61	4,1
wählen Sie aus	237,18	77	32,98	11,16	62	7,2
mit dem Zug	238,08	64	27,41	12,62	45	6,6
das ganze Jahr	239,01	74	31,69	15,60	51	3,5
mit Ihrer Familie	239,05	55	23,56	11,86	38	19
in jedem Zimmer	239,3	94	40,26	10,69	56	5,8
im Herzen der	242,92	230	98,51	10,38	145	4,8
Zimmer im Hotel	243,78	101	43,26	5,85	61	33,3
Doppelzimmer zur Einzelnutzung	244,51	48	20,56	16,53	27	18,1

Paquete léxicos de tres palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	Simple maths
ein reichhaltiges Frühstücksbuffet	244,58	62	26,55	14,05	51	4,8
mit dem Flugzeug	244,6	87	37,26	12,80	66	3,4
für jeden Anlass	246,26	80	34,26	15,80	61	3
biegen Sie links	246,78	68	29,12	14,52	39	3,8
im gesamten Haus	248,12	72	30,84	13,48	51	3,8
auf der Terrasse	248,72	71	30,41	9,24	57	18,9
in der Lobby	251,47	190	81,38	9,60	112	5,1
ausreichend Platz für	251,81	48	20,56	14,72	31	16,6
alle unsere Zimmer	251,91	81	34,69	9,64	57	8
schnell und bequem	251,94	50	21,42	13,09	43	16,8
bei schönem Wetter	252,02	48	20,56	19,63	42	14,3
schreiben Sie uns	252,94	55	23,56	12,00	42	11,5
biegen Sie rechts	253,73	52	22,27	14,64	38	6,9
für Ihren Aufenthalt	254,04	171	73,24	12,00	120	2,7
mit dem Taxi	255,72	58	24,84	11,53	39	8,2
auf die Stadt	256,28	78	33,41	7,40	42	22,3
vor der Haustür	256,35	50	21,42	15,37	41	8,7
für zwei Personen	256,67	102	43,69	11,39	59	3,4
Kaffee oder Tee	258,54	49	20,99	12,96	29	16,7
mit der Straßenbahn	259,14	85	36,41	10,12	52	5,5
während Ihres Aufenthalts	259,25	66	28,27	21,20	52	3,1
besuchen Sie uns	259,32	87	37,26	11,13	73	3,9

Paquete léxicos de tres palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	Simple maths
um das Hotel	259,48	74	31,69	7,31	55	25,9
unser reichhaltiges Frühstück	259,55	79	33,84	14,77	54	2,7
Übernachtung im Doppelzimmer	260,34	52	22,27	11,43	30	18,9
ein reichhaltiges Frühstück	261,02	82	35,12	13,42	69	2,7
auf Ihrem Zimmer	261,3	111	47,54	10,49	54	3,8
zögern Sie nicht	262,01	54	23,13	14,15	26	5,6
eine Vielzahl an	262,12	73	31,27	14,05	49	3
an unserer Rezeption	262,14	56	23,99	12,27	42	6,2
an der Bar	262,24	67	28,70	8,37	48	21,1
in den Zimmern	262,25	83	35,55	9,03	69	7,9
buchen Sie direkt	262,99	77	32,98	9,76	48	6,6
in Höhe von	263,11	75	32,12	10,42	51	5,9
direkt im Hotel	264,92	68	29,12	7,65	53	23,6
durch die Stadt	266,22	64	27,41	9,40	46	14,3
Lage des Hotel	268,4	134	57,39	10,36	116	3,4
direkt beim Hotel	268,72	50	21,42	11,47	21	16,9
in der Tiefgarage	269,18	62	26,55	8,47	33	21,7
mit dem PKW	270,71	58	24,84	11,87	41	5,4
weitere Informationen zu	271,36	53	22,70	12,45	50	6,9
für Ihr Seminar	271,54	69	29,55	12,73	13	3,1
genau das Richtige	272,48	51	21,84	16,46	43	5
das Richtige für	273,27	57	24,41	10,74	39	7

Paquete léxicos de tres palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	Simple maths
für Ihre Tagung	274,54	83	35,55	12,04	58	2,7
in der Hauptstadt	276,48	61	26,13	8,91	41	16,2
mit der U-Bahn	276,55	103	44,12	-2,63	74	7,6
nur ein paar	278,23	51	21,84	13,62	38	5,5
in der City	279,05	68	29,12	6,50	48	18,5
von unserem Hotel	279,36	111	47,54	8,55	65	4,5
entspannen Sie sich	279,69	59	25,27	9,33	40	10,4
Familien mit Kind	280,31	64	27,41	15,64	44	0
im ganzen Hotel	280,31	73	31,27	10,49	49	4,1
in der Stadt	281,02	273	116,93	7,90	149	4
in der Schweiz	282,66	80	34,26	9,10	40	5,2
informieren Sie sich	283,49	52	22,27	10,73	38	12,2
in allen Zimmer	284,87	231	98,94	10,44	139	0
willkommen im Hotel	285,11	113	48,40	9,58	85	3,1
der ideale Ort	286,11	49	20,99	13,33	38	5,5
in der Altstadt	286,25	140	59,96	7,79	73	4
die historische Altstadt	286,96	52	22,27	13,03	36	4,4
buchen Sie jetzt	289,51	81	34,69	10,47	66	3,1
Sie als Gast	289,82	50	21,42	10,42	49	17,3
Essen und Trinken	289,9	54	23,13	15,00	35	3,1
an der Hotelbar	290,55	48	20,56	10,51	32	17,4
bei der Reservierung	293,71	51	21,84	9,47	32	18,1

Paquete léxicos de tres palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	Simple maths
mit der Bahn	294,56	130	55,68	8,29	98	3,4
zu unserem Hotel	294,65	56	23,99	7,59	37	19,3
Dusche und Badewanne	294,74	49	20,99	10,11	30	17,4
im Wert von	296,39	50	21,42	10,52	31	9,3
Aufenthalt im Hotel	296,41	54	23,13	7,74	40	18,8
Zimmer und Suiten	297,24	185	79,24	9,03	91	2,7
Hotel im Zentrum	297,9	54	23,13	8,51	40	16,8
in Ihrem Zimmer	298,73	84	35,98	8,83	58	3,6
Flachbildfernseher mit Kabel	300,52	54	23,13	15,22	14	2,7
in der Regel	300,58	71	30,41	11,40	51	1,4
in der Innenstadt	301,69	133	56,96	9,08	83	2,7
direkt am Hotel	301,7	77	32,98	9,49	63	3,4
mit dem Rad	301,83	53	22,70	12,49	34	3,6
Frühstück im Hotel	304,22	56	23,99	6,98	26	15,9
an unserer Hotelbar	304,86	48	20,56	14,02	24	3,8
mit der S-Bahn	308,18	74	31,69	-3,11	53	5,8
bis zum Hotel	308,34	53	22,70	6,71	30	19,1
Ausstattung der Zimmer	310,06	51	21,84	7,71	27	18,5
nicht nur für	311,02	64	27,41	9,32	51	4
in Verbindung mit	312,37	54	23,13	9,25	45	6,5
fragen Sie uns	317,55	52	22,27	9,64	42	5,7
auf jeden Fall	321,85	48	20,56	15,94	40	1,6

Paquete léxicos de tres palabras	Valor <i>mixto</i>	Frecuencia	Frec. norm	MI	Número Documentos	<i>Simple maths</i>
in der Zeit	324,84	55	23,56	6,77	43	6,8
Zimmer mit Bad	325,82	49	20,99	8,07	27	12,9
die Nähe zu	327,88	56	23,99	8,55	44	4,3
in die Welt	330,87	52	22,27	7,28	46	7,6
mit Blick über	336,83	57	24,41	9,24	35	3,1
in Kombination mit	343,24	53	22,70	9,80	35	3,1
in der Bar	348,1	54	23,13	5,94	32	4,4
mit der Familie	362,04	56	23,99	7,68	44	2,7
Flachbildfernseher mit Kabel-TV	367,59	49	20,99	3,26	13	4,1
in der Sauna	369,74	50	21,42	7,13	39	3,4

Anexo 3 - Listado de paquetes de cuatro palabras con valores en KoDeHo

Paquetes léxicos de cuatro palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
viel Liebe zum Detail	39	65	27,84	29,43	54	21,2
zu einem unvergesslichen Erlebnis	46,69	65	27,84	25,44	55	21,2
Doppelbett oder zwei Einzelbetten	54,63	54	23,13	26,17	22	19,8
Leistungen und praktische Informationen	70,32	46	19,70	25,88	46	17
wie zu Hause fühlen	73,89	46	19,70	25,23	39	16,6
Start in den Tag	75,07	211	90,37	21,55	144	69,2
mit Rat und Tat	78,96	52	22,27	25,51	39	13,2
Anreise mit dem Flugzeug	82,35	56	23,99	22,03	49	19,9
der ideale Ausgangspunkt für	83,1	61	26,13	21,69	54	21,7
lässt keine Wünsche offen	84,39	42	17,99	31,57	33	14,4
nach Wahl des Küchenchefs	84,56	41	17,56	27,30	17	15,3
rufen Sie uns an	89,23	151	64,67	21,09	90	22,9
Wir freuen uns auf	92,31	520	222,72	21,18	306	15,9
gerne beraten wir Sie	94,49	82	35,12	20,87	38	27,1
alle Zimmer verfügen über	95,08	100	42,83	20,79	67	34,6
alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer	97,78	63	26,98	21,01	26	22,9
für einen angenehmen Aufenthalt	101,22	41	17,56	22,36	27	15,1
für einen längeren Aufenthalt	101,32	40	17,13	23,04	27	14,8
Blick über die Dächer	105,49	38	16,28	23,46	23	14,4
im Bett der Eltern	106,37	75	32,12	20,53	44	27

Paquetes léxicos de cuatro palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
den perfekten Rahmen für	106,54	39	16,70	22,60	31	14,4
das ganze Jahr über	106,67	44	18,85	23,05	34	11,4
mit dem Auto anreisen	110,48	39	16,70	22,53	34	14,3
zu Fuß zu erreichen	111,75	48	20,56	20,95	41	16,4
ausgestattet mit einem Doppelbett	113,71	53	22,70	20,60	21	19,4
mit Dusche oder Badewanne	117,99	82	35,12	19,15	41	29,4
wir freuen uns über	120,47	68	29,12	19,38	49	17,6
was das Herz begehrt	121,64	34	14,56	29,41	27	11,3
aus der ganzen Welt	124,34	41	17,56	22,01	37	10,9
unser Haus verfügt über	126,02	35	14,99	22,16	31	13,1
immer eine Reise wert	127,05	32	13,71	26,73	19	11,4
im Zimmer der Eltern	129,11	155	66,39	18,40	87	53,7
für jeden Geschmack etwas	130,27	32	13,71	26,13	31	10,6
Gäste aus aller Welt	130,39	31	13,28	24,94	25	11,5
Anfahrt mit dem Auto	130,94	39	16,70	20,88	34	14,3
auf der linken Seite	130,95	101	43,26	23,21	64	6,8
einen angenehmen Aufenthalt in	131,86	36	15,42	21,46	25	13,4
wir beraten Sie gerne	134,27	65	27,84	20,54	48	9,9
unsere Restaurants und Bars	134,91	40	17,13	20,54	40	15
pro Person und Tag	135,52	76	32,55	18,12	42	26,7
pro Person und Nacht	136,84	63	26,98	18,33	29	22,5
WLAN im gesamten Hotel	138,85	47	20,13	18,76	36	16,3

Paquetes léxicos de cuatro palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
ein individuelles Angebot für	139,15	38	16,28	20,68	34	14,4
für die öffentlichen Verkehrsmittel	139,43	40	17,13	20,21	28	14,5
Schreibtisch in allen Zimmern	139,8	33	14,13	21,55	32	12,5
wir beraten Sie gern	140,9	82	35,12	23,11	58	5,3
nach Lust und Laune	141,23	31	13,28	26,05	26	9,7
rund um die Uhr	141,46	335	143,48	21,44	204	7,5
mit Badewanne oder Dusche	141,61	49	20,99	18,41	21	18
Sie haben die Wahl	142,02	75	32,12	17,64	54	24,5
Ihren Aufenthalt bei uns	142,84	42	17,99	19,73	32	12,4
mit den öffentlichen Verkehrsmitteln	143,95	173	74,10	23,20	131	4,8
den idealen Rahmen für	147,45	30	12,85	22,54	26	11,3
genau das Richtige für	147,75	59	25,27	23,19	40	5,1
mit Bad oder Dusche	149,71	50	21,42	17,70	30	17,9
wir freuen uns auf	151,66	50	21,42	17,81	36	15,9
das Hotel verfügt über	152,28	58	24,84	17,44	51	16,3
auf der rechten Straßenseite	154,06	27	11,56	23,37	19	10,3
für jeden etwas dabei	154,47	29	12,42	24,40	25	9,6
freuen Sie sich auf	157,12	126	53,97	16,78	84	14,5
so erreichen Sie uns	157,36	41	17,56	18,40	28	14
Anreise mit dem Zug	157,75	30	12,85	21,40	24	11,3
Anreise mit der Bahn	158,07	55	23,56	16,92	46	19,3
Zimmer sind ausgestattet mit	158,5	74	31,69	16,57	47	21,9

Paquetes léxicos de cuatro palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
pro Zimmer und Nacht	158,79	78	33,41	16,23	54	28,7
mit Dusche und WC	158,86	95	40,69	16,23	47	31,9
über den Dächern von	159,13	64	27,41	21,10	33	5,5
nach einem anstrengenden Tag	159,94	26	11,14	24,36	25	9,8
mit Dusche oder Bad	160,76	104	44,54	18,76	50	8,6
für die ganze Familie	161,17	151	64,67	21,95	67	3,8
tauchen Sie ein in	162,15	85	36,41	17,98	64	9,4
mit der ganzen Familie	162,55	35	14,99	19,38	24	11,3
Informationen finden Sie hier	163,69	38	16,28	18,50	29	12,7
die Ausstattung unserer Zimmer	164,14	46	19,70	16,88	45	17
auf der rechten Seite	164,45	143	61,25	23,35	84	3,2
nur wenige Schritte vom	167,47	38	16,28	27,57	31	4,5
überzeugen Sie sich selbst	168,48	33	14,13	22,39	24	7,2
wir bieten unseren Gästen	169,07	27	11,56	21,67	17	10,3
für Familien mit Kindern	169,33	29	12,42	21,42	21	9,7
verwöhnen wir Sie mit	171,96	50	21,42	15,51	34	18,1
Sie und Ihre Gäste	172,06	70	29,98	13,82	54	23,9
gegen eine Gebühr von	173,67	25	10,71	22,03	18	9,5
von Montag bis Freitag	174,44	46	19,70	22,31	33	3,7
auf Anfrage und Verfügbarkeit	176,18	38	16,28	17,26	24	14,2
die Seele baumeln lassen	176,22	43	18,42	27,88	25	3,1
direkt vor der Tür	176,75	34	14,56	22,58	30	4,8

Paquetes léxicos de cuatro palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
erfahren Sie mehr über	177,23	66	28,27	18,26	47	7,9
die Produkte unseres Partners	177,32	23	9,85	28,82	23	9
genießen Sie Ihren Aufenthalt	178,05	53	22,70	19,22	35	5,9
in den Tag starten	178,34	31	13,28	18,72	26	11,5
ein idealer Ausgangspunkt für	179,36	23	9,85	23,99	21	9,3
ganz nach Ihren Wünschen	180,26	42	17,99	24,16	36	3,1
so finden Sie uns	180,44	39	16,70	17,13	32	12,2
erforderlich und nicht erstattbar	180,59	23	9,85	27,27	22	9
das sagen unsere Gäste	181,65	24	10,28	21,61	22	9,4
in den öffentlichen Bereichen	181,69	26	11,14	20,75	18	9,9
runden das Angebot ab	182,35	25	10,71	22,24	21	8,8
gerne helfen wir Ihnen	182,49	24	10,28	21,97	21	9,2
Blick auf die Stadt	183,63	38	16,28	16,66	23	13,3
Anreise mit dem Auto	183,69	100	42,83	20,61	88	3,4
pro Person im Doppelzimmer	184,39	86	36,83	19,72	35	3,8
für Groß und Klein	184,45	27	11,56	21,40	23	8,6
wir freuen uns darauf	185,09	46	19,70	23,37	39	2,7
reichhaltiges Frühstück vom Buffet	186,55	33	14,13	25,02	13	3,4
gerne servieren wir Ihnen	188,25	24	10,28	21,32	14	9,4
sprechen Sie uns an	189,37	34	14,56	19,25	25	7,8
bei der Buchung erforderlich	189,64	23	9,85	21,66	22	9
nach einem erlebnisreichen Tag	190,48	27	11,56	23,76	21	5,1

Paquetes léxicos de cuatro palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
Blick über die Stadt	190,74	31	13,28	17,49	25	11,4
Aufenthalt in unserem Hotel	191,27	37	15,85	15,70	31	13,5
im Herzen der Stadt	192,73	75	32,12	18,20	53	4,8
mitten in der Altstadt	194,07	31	13,28	17,28	19	11,6
Aufenthalt in unserem Haus	194,63	29	12,42	18,89	22	9
auf der Suche nach	194,75	137	58,68	20,67	92	2,7
hier finden Sie uns	196,23	63	26,98	17,18	47	6,8
nichts mehr im Weg	196,66	30	12,85	24,97	24	3,7
nach einem ereignisreichen Tag	197,34	24	10,28	24,59	19	5,2
wir kümmern uns um	197,4	25	10,71	21,71	15	7,2
ganz in der Nähe	198,97	53	22,70	17,37	42	5,5
seien Sie unser Gast	199,92	22	9,42	23,67	14	8,6
im Zentrum der Stadt	199,96	32	13,71	16,47	28	11,4
mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet	200,7	23	9,85	22,10	18	8,3
von seiner schönsten Seite	201,91	22	9,42	25,49	16	8,2
nach einem langen Tag	202,44	25	10,71	23,29	21	4,4
jedes Zimmer verfügt über	203,15	22	9,42	22,06	16	8,9
auch innerhalb der Familie	205,33	22	9,42	21,14	22	9
lassen Sie sich verwöhnen	205,71	37	15,85	19,12	24	4,4
direkt vor dem Hotel	205,88	65	27,84	18,56	47	3,1
pro Nacht und Zimmer	206,42	32	13,71	14,94	16	12,1
mit einer Größe von	207,48	45	19,27	18,11	23	4,1

Paquetes léxicos de cuatro palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
wenige Gehminuten vom Hotel	207,97	22	9,42	22,33	18	8,6
wir würden uns freuen	209	22	9,42	24,24	21	7,4
rund um das Hotel	209,64	53	22,70	17,67	41	3,8
in der Altstadt von	210,05	33	14,13	12,84	21	11,8
die Zimmer verfügen über	211,18	30	12,85	15,83	18	11,3
mit einem reichhaltigen Frühstück	211,7	30	12,85	20,48	26	4,8
nur wenige Gehminuten entfernt	212,7	26	11,14	27,03	24	3,1
in nur wenigen Minuten	213,15	28	11,99	21,27	24	3,8
nur ein paar Schritte	213,58	24	10,28	26,09	20	3,4
handelt es sich um	213,69	30	12,85	23,75	21	2,6
nichts mehr im Wege	214,28	21	8,99	25,54	18	6,2
in den letzten Jahren	214,62	32	13,71	21,35	24	2,9
in nur wenigen Gehminuten	217,45	22	9,42	22,45	13	5,2
erreichen Sie das Hotel	217,89	30	12,85	13,36	21	11,8
WLAN im ganzen Haus	218,77	21	8,99	21,67	19	8,3
bei uns im Haus	219,01	30	12,85	16,64	23	8,6
unsere Tagungen und Veranstaltungen	220,57	23	9,85	18,82	21	9
mit Liebe zum Detail	221,23	23	9,85	23,11	16	3,8
erreichen Sie zu Fuß	222	23	9,85	18,45	18	8,9
Ihre Nutzung der Website	222,91	22	9,42	20,22	13	8,3
in der Zeit von	223,34	40	17,13	13,45	31	7,2
mitten in der Stadt	224,31	57	24,41	17,31	43	3

Paquetes léxicos de cuatro palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
bei uns im Hotel	224,89	74	31,69	14,40	46	3,8
eine Auszeit vom Alltag	225,24	22	9,42	26,23	16	3,4
herzlich Willkommen im Hotel	226,63	33	14,13	19,61	28	2,7
ein Bad mit Dusche	226,82	24	10,28	16,72	17	9,2
auf der linken Straßenseite	228,62	23	9,85	23,50	19	2,7
Informationen finden Sie in	229,06	26	11,14	14,76	23	9,7
mit einer großen Auswahl	231,98	21	8,99	20,32	16	8
lassen Sie sich verzaubern	235,28	21	8,99	20,75	19	5,5
durch die zentrale Lage	236,22	23	9,85	20,87	21	3,4
immer für Sie da	240,84	22	9,42	17,45	21	8,5
bei uns können Sie	244,99	45	19,27	14,98	42	2,7
mit Dusche und Badewanne	245,28	23	9,85	15,13	18	8,9
buchen Sie Ihr Zimmer	250,45	29	12,42	15,11	12	4,1
der perfekte Ort für	251,1	23	9,85	18,93	22	3,1
in der Nähe von	255,08	27	11,56	13,23	24	4,9
weitere Informationen erhalten Sie	262,38	22	9,42	20,41	20	2,7
buchen Sie Ihr Hotel	263,88	22	9,42	13,92	15	5,9
in der Innenstadt von	267,37	21	8,99	13,55	14	7,8

Anexo 4 - Listado de paquetes de cinco palabras con valores en KoDeHo

Paquetes léxicos de cinco palabras	<i>Valor mixto</i>	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	<i>Simple maths</i>
guten Start in den Tag	14,46	58	24,84	31,97	48	21
Aufenthalt so angenehm wie möglich	15,94	43	18,42	37,38	36	15,8
rund um die Uhr geöffnet	26,65	50	21,42	30,58	37	14,3
perfekten Start in den Tag	29,9	32	13,71	31,85	19	12,5
Badezimmer mit Dusche oder Badewanne	34,21	46	19,70	28,89	18	17
Preise verstehen sich pro Zimmer	35,36	31	13,28	30,78	31	12,5
Sie haben die Wahl zwischen	40,02	42	17,99	27,89	29	15
Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer	42,11	30	12,85	29,44	10	11,5
Anreise am Freitag oder Samstag	45,99	22	9,42	32,18	14	9
mit Wirkung für die Zukunft	46,11	24	10,28	30,75	15	9,1
kostenfrei im Bett der Eltern	50,3	23	9,85	29,62	13	9
rund um die Uhr besetzt	52,4	23	9,85	31,45	19	7,5
in der Nähe unseres Hotels	52,71	37	15,85	26,09	37	13,9
machen Sie einen Ausflug in	52,96	25	10,71	27,80	24	9,4
wir freuen uns auf Sie	53,77	195	83,52	25,49	139	11,1
für einen guten Start in	54,6	32	13,71	29,26	26	6,9
erhalten Sie an der Rezeption	54,9	45	19,27	24,85	31	16,6
hier finden Sie alle Informationen	55,69	27	11,56	27,03	12	10,3
auf Anfrage und nach Verfügbarkeit	56,03	87	37,26	27,01	46	7,6
Badezimmer mit Dusche und WC	56,87	34	14,56	25,32	14	12,7

Paquetes léxicos de cinco palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
kostenlos im Zimmer der Eltern	58,13	24	10,28	27,10	14	9,4
Badezimmer mit Badewanne oder Dusche	59,07	22	9,42	27,82	10	8,7
gönnen Sie sich eine Auszeit	59,46	20	8,57	30,37	11	7,9
Sie sind auf der Suche	59,77	46	19,70	24,19	44	15,1
täglich rund um die Uhr	62,02	21	8,99	28,49	18	8,3
über den Dächern der Stadt	63,76	22	9,42	27,63	13	8,6
Bad mit Dusche und WC	64,63	25	10,71	24,56	11	9,4
wir sind für Sie da	66,35	37	15,85	22,99	28	13,3
sich wie zu Hause fühlen	66,49	18	7,71	31,45	13	7,2
rufen Sie uns an unter	66,58	21	8,99	28,22	12	7,2
bei der Planung und Durchführung	66,83	19	8,14	29,21	16	7,4
kostenfrei im Zimmer der Eltern	67,36	22	9,42	26,37	18	8,7
mit viel Liebe zum Detail	70,07	48	20,56	35,10	41	2,7
bei der Planung Ihrer Veranstaltung	70,26	17	7,28	31,00	11	6,9
alle Zimmer sind ausgestattet mit	70,63	24	10,28	23,97	18	9,3
in allen Bereichen des Hotels	70,8	56	23,99	30,79	29	2,7
wenige Gehminuten vom Hotel entfernt	72,1	17	7,28	32,62	13	6,9
gibt es viel zu entdecken	73,22	17	7,28	30,94	17	6,7
in unmittelbarer Nähe des Hotels	74,73	31	13,28	29,53	24	3,1
wir helfen Ihnen gerne weiter	76,64	16	6,85	32,86	14	6,5
Dusche oder Badewanne und WC	77,2	19	8,14	25,99	10	7,6
speziell auf die Bedürfnisse von	77,88	16	6,85	29,97	14	6,7

Paquetes léxicos de cinco palabras	Valor mixto	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	Simple maths
genau das Richtige für Sie	79,21	27	11,56	27,78	22	3,4
haben Sie die Wahl zwischen	79,48	18	7,71	26,67	17	7
alle Preise verstehen sich inklusive	80,02	15	6,42	32,68	13	6,2
lassen Sie sich von uns	81,37	133	56,96	24,52	100	5,1
für Sie und Ihre Gäste	84,75	22	9,42	18,67	20	8,2
genießen Sie Ihren Aufenthalt in	85,38	32	13,71	24,29	24	4,8
in wenigen Minuten zu Fuß	86,78	15	6,42	30,06	14	6,1
werfen Sie einen Blick auf	86,95	20	8,57	28,50	15	3,1
bei uns an der Rezeption	87,12	18	7,71	23,40	12	7,3
im wahrsten Sinne des Wortes	87,7	15	6,42	44,91	12	4
bequem zu Fuß zu erreichen	88,74	14	6,00	30,78	13	5,8
schreiben Sie uns eine E-Mail	88,8	20	8,57	18,16	14	8,2
für jeden Geschmack etwas dabei	89,47	14	6,00	36,47	14	5,4
wir bitten um Ihr Verständnis	89,84	14	6,00	35,46	10	5,7
weitere Informationen finden Sie in	92,85	16	6,85	24,54	13	6,5
das Hotel befindet sich auf	92,98	35	14,99	22,51	21	3,1
werfen Sie einen Blick in	93,03	19	8,14	27,17	15	3,1
in der Nähe des Hotels	93,11	28	11,99	22,73	25	3,4
buchen Sie direkt bei uns	95,52	17	7,28	23,85	10	6,2
alle unsere Zimmer verfügen über	96,09	14	6,00	26,14	12	6,2
unser Hotel befindet sich in	97,81	18	7,71	22,19	15	6,2
weitere Informationen finden Sie hier	98,44	14	6,00	27,54	11	5,6

Paquetes léxicos de cinco palabras	<i>Valor mixto</i>	Frecuencia	Frec norm	MI	Número Documentos	<i>Simple maths</i>
in der Nähe des Hotel	99,36	32	13,71	20,86	29	0
das Hotel befindet sich in	103,79	15	6,42	20,03	12	6,5
an der Rezeption erhalten Sie	105,43	14	6,00	23,17	12	5,9

Anexo 5 - Listado de paquetes léxicos entre tres y cinco palabras ordenados por *valor mixto* clasificados en KoDeHo

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	Paquete	Estructura 1	Estructura 2	Función	Función 2
8,37	84	30,3	für Personen mit eingeschränkter Mobilität	SP	P+SN+P+SN	referencial	final
14,46	58	21	guten Start in den Tag	SN	SN+P+SN	referencial	modal
15,94	43	15,8	Aufenthalt so angenehm wie möglich	SN	SN+CONJ+ADJ+CONJ+ADJ	referencial	modal
21,12	84	28	so angenehm wie möglich	otros	comparación	comunicativa	modal
22,45	107	38,3	WLAN kostenfrei im gesamten Hotel	SN	SN+ADV+P+SN	referencial	equipamiento
26,65	39	14,3	rund um die Uhr geöffnet	SV	pasiva	referencial	temporal
29,90	33	12,5	perfekten Start in den Tag	SN	SN+P+SN	referencial	modal
34,21	46	17	Badezimmer mit Dusche oder Badewanne	SN	SN+P+SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
35,36	33	12,5	Preise verstehen sich pro Zimmer	SV	activa	referencial	
39	69	21,2	viel Liebe zum Detail	SN	SN+P+SN	referencial	modal
40,02	42	15	Sie haben die Wahl zwischen	SV	Sie-presente	comunicativa	
41,01	253	81,9	Preis pro Person	SN	SN+P+SN	referencial	modal
42,11	30	11,5	Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
45,99	23	9	Anreise am Freitag oder Samstag	SN	P+SN+CONJ+SN	referencial	temporal
46,11	24	9,1	mit Wirkung für die Zukunft	SP	P+SN+P+SN	referencial	modal
46,69	65	21,2	zu einem unvergesslichen Erlebnis	SP	P+SN	comunicativa	final

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
47,47	159	51,6	ein individuelles Angebot	SN	SN	referencial	servicio
50,30	23	9	kostenfrei im Bett der Eltern	SP	ADJ+P+SN+SN	referencial	local-servicio
52,40	19	7,5	rund um die Uhr besetzt	SP	ADJ+P+SN+ADJ - pasiva	referencial	temporal
52,71	37	13,9	in der Nähe unseres Hotels	SP	P+SN+SN	referencial	local
52,96	24	9,4	machen Sie einen Ausflug in	SV	imperativo-Sie	comunicativa	local
53,02	74	24	in unmittelbarer Nähe	SP	P+SN	referencial	local
53,35	408	142,8	Entfernung vom Hotel	SN	SN+P+SN	referencial	local
53,77	30	11,1	wir freuen uns auf Sie	SV	nosotros	comunicativa	
54,60	17	6,9	für einen guten Start in	SP	P+SN+P	referencial	modal
54,64	162	27,3	aus aller Welt	SP	P+SN	referencial	local
54,90	45	16,6	erhalten Sie an der Rezeption	SV	Sie-presente	comunicativa	local
55,69	27	10,3	hier finden Sie alle Informationen	SV	Sie-presente	comunicativa	local-servicio
56,03	19	7,6	auf Anfrage und nach Verfügbarkeit	SP	P+SN+conj+P+SN	referencial	servicio
56,87	34	12,7	Badezimmer mit Dusche und WC	SN	SN+P+SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
58,13	24	9,4	kostenlos im Zimmer der Eltern	SP	ADJ+P+SN+SN	referencial	local
59,07	22	8,7	Badezimmer mit Badewanne oder Dusche	SN	SN+P+SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
59,46	20	7,9	gönnen Sie sich eine Auszeit	SV	imperativo-Sie	temporal	
60,29	138	35,4	Liebe zum Detail	SN	SN+P+SN	referencial	modal
62,02	21	8,3	täglich rund um die Uhr	SP	ADV+ADJ+P+SN	referencial	temporal

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
62,81	253	72,1	auf Ihren Besuch	SP	P+SN	referencial	
63,76	22	8,6	über den Dächern der Stadt	SP	P+SN+SN	referencial	local
64,63	25	9,4	Bad mit Dusche und WC	SN	SN+P+SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
66,35	37	13,3	wir sind für Sie da	SV	nosotros	comunicativa	local
66,49	18	7,2	sich wie zu Hause fühlen	SV	infinitivo	referencial	local
66,58	18	7,2	rufen Sie uns an unter	SV	imperativo -Sie	comunicativa	modal
66,83	19	7,4	bei der Planung und Durchführung	SP	P+SN+CONJ+SN	referencial	temporal
67,36	22	8,7	kostenfrei im Zimmer der Eltern	SP	ADJ+P+SN+SN	referencial	modal-local
68,75	124	43,4	Frühstück vom Buffet	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
68,99	57	20,7	individuell regulierbare Klimaanlage	SN	ADV+SN	referencial	equipamiento
70,07	5	2,7	mit viel Liebe zum Detail	SP	P+SN+P+SN	referencial	modal
70,26	17	6,9	bei der Planung Ihrer Veranstaltung	SP	P+SN+P+SN	referencial	temporal
70,63	24	9,3	alle Zimmer sind ausgestattet mit	SV	pasiva	referencial	equipamiento
70,80	5	2,7	in allen Bereichen des Hotels	SP	P+SN+SN	referencial	local
72,10	17	6,9	wenige Gehminuten vom Hotel entfernt	SN	SN+P+SN+ADV	referencial	local
73,22	17	6,7	gibt es viel zu entdecken	SV	infinitivo	referencial	cantidad
73,89	46	16,6	wie zu Hause fühlen	SV	infinitivo -comparación	comunicativa	modal
74,73	6	3,1	in unmittelbarer Nähe des Hotels	SP	P+SN+SN	referencial	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
75,07	211	69,2	Start in den Tag	SN	SN+P+SN	referencial	
76,64	16	6,5	wir helfen Ihnen gerne weiter	SV	nosotros	comunicativa	servicio
77,20	19	7,6	Dusche oder Badewanne und WC	SN	SN+CONJ+SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
77,88	17	6,7	speziell auf die Bedürfnisse von	SP	ADV+P+SN+P	referencial	modal
78,96	52	13,2	mit Rat und Tat	SP	P+SN+conj+SN	referencial	modal
79,21	7	3,4	genau das Richtige für Sie	SN	ADJ+SN+P+PRO	referencial	servicio
79,48	18	7	haben Sie die Wahl zwischen	SV	Sie-presente	comunicativa	
79,84	155	54,5	Badewanne oder Dusche	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
80,02	15	6,2	alle Preise verstehen sich inklusive	SV		referencial	
81,34	150	52,6	Dusche oder Badewanne	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
81,37	12	5,1	lassen Sie sich von uns	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
82,35	55	19,9	Anreise mit dem Flugzeug	SN	SN+P+SN	referencial	modal
83,10	62	21,7	der ideale Ausgangspunkt für	SN	SN+P	referencial	local
84,39	42	14,4	lässt keine Wünsche offen	SV	impersonal	referencial	servicio
84,56	41	15,3	nach Wahl des Küchenchefs	SP	P+SN	referencial	modal
84,75	21	8,2	für Sie und Ihre Gäste	SP	P+SN+conj+SN	comunicativa	final
85,38	11	4,8	genießen Sie Ihren Aufenthalt in	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
85,80	267	86,2	Badezimmer mit Dusche	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
86,78	15	6,1	in wenigen Minuten zu Fuß	SP	P+SN+P+SN	referencial	temporal
86,95	6	3,1	werfen Sie einen Blick auf	SV	Sie-imper	comunicativa	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	Paquete	Estructura 1	Estructura 2	Función	Función 2
87,12	18	7,3	bei uns an der Rezeption	SP	P+PRO+P+SN	referencial	local
87,70	15	4	im wahrsten Sinne des Wortes	SP	P+SN+SN	estructural	modal
88,74	14	5,8	bequem zu Fuß zu erreichen	SV	infinitivo	referencial	modal
88,80	21	8,2	schreiben Sie uns eine E-Mail	SV	Sie-imperativo	comunicativa	
89,23	70	22,9	rufen Sie uns an	SV	imperativo -Sie	comunicativa	
89,47	14	5,4	für jeden Geschmack etwas dabei	SP	P+SN+SN+P	referencial	final
89,84	14	5,7	wir bitten um Ihr Verständnis	SV	nosotros	comunicativa	
90,29	451	79,7	bieten wir Ihnen	SV		comunicativa	servicio
92,16	112	35,9	wie zu Hause	SP	CONJ+P+SN	referencial	local
92,31	50	15,9	wir freuen uns auf	SV	nosotros	comunicativa	
92,85	16	6,5	weitere Informationen finden Sie in	SV	usted	comunicativa	local
92,98	6	3,1	das Hotel befindet sich auf	SV	presente	referencial	local
93,03	6	3,1	werfen Sie einen Blick in	SV	Sie-imper	comunicativa	local
93,11	7	3,4	in der Nähe des Hotels	SP	P+SN+SN	referencial	local
93,17	101	26	auf höchstem Niveau	SP	P+SN	comunicativa	calidad
94,49	82	27,1	gerne beraten wir Sie	SV	nosotros	comunicativa	
94,63	256	79,1	Bad mit Dusche	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
94,75	99	33,6	bequem zu Fuß	SP	MOD+P+SN	referencial	modal
95,08	100	34,6	alle Zimmer verfügen über	SV	presente	referencial	
95,52	15	6,2	buchen Sie direkt bei uns	SV	imperativo-Sie	comunicativa	modal

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
96,09	15	6,2	alle unsere Zimmer verfügen über	SV	activa - presente	referencial	equipamiento
96,71	122	41,2	bis zur Haltestelle	SP	P+P+SN	referencial	local
97,13	89	27,6	Speisen und Getränke	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
97,78	63	22,9	alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer	SV	activa - presente	referencial	modal
97,81	15	6,2	unser Hotel befindet sich in	SV	activa - presente	referencial	local
98,44	14	5,6	weitere Informationen finden Sie hier	SV	usted		servicio-local
99,36	0	0	in der Nähe des Hotel	SP	P+SN+SN	referencial	local
101,22	41	15,1	für einen angenehmen Aufenthalt	SP	P+SN	referencial	final
101,32	40	14,8	für einen längeren Aufenthalt	SP	P+SN	referencial	final
103,79	16	6,5	das Hotel befindet sich in	SV	presente	referencial	local
105,43	14	5,9	an der Rezeption erhalten Sie	SV	usted	referencial	local
105,49	39	14,4	Blick über die Dächer	SN	SN+P+SN	referencial	local
106,37	75	27	im Bett der Eltern	SP	P+SN	referencial	local
106,54	39	14,4	den perfekten Rahmen für	SN	SN+P	referencial	
106,67	45	11,4	das ganze Jahr über	SP	SN+P	referencial	temporal
109,01	88	29,8	der ideale Ausgangspunkt	SN	SN	referencial	local
110,48	39	14,3	mit dem Auto anreisen	SV	infinitivo	referencial	modal
111,75	47	16,4	zu Fuß zu erreichen	SV	de infinitivo	referencial	modal
113,59	84	28,5	die öffentlichen Verkehrsmittel	SN	SN	referencial	

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
113,71	53	19,4	ausgestattet mit einem Doppelbett	SV	pasiva	referencial	
115,11	105	36,6	Badezimmer mit Badewanne	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
116,70	103	26,8	Kunst und Kultur	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
117,99	82	29,4	mit Dusche oder Badewanne	SP	P+SN+conj+SN	referencial	equipamiento
118,87	152	19,8	und vieles mehr	SN	CONJ+SN+ADV	referencial	servicio
120,47	68	17,6	wir freuen uns über	SV	nosotros	comunicativa	
120,49	138	24,5	aus der Region	SP	P+SN	referencial	local
121,64	34	11,3	was das Herz begehrt	SV	presente	referencial	servicio
124,34	41	10,9	aus der ganzen Welt	SP	P+SN	referencial	local
125,14	130	43,8	Kaffee und Tee	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
126,02	35	13,1	unser Haus verfügt über	SV	presente	referencial	equipamiento
126,83	89	29,4	Restaurants und Bars	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
127,05	32	11,4	immer eine Reise wert	SN	MOD+SN+ADJ	referencial	opinión
127,49	43	15,8	Dusche oder Bad	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
127,75	38	14,2	in allen Zimmern	SP	P+SN	referencial	local
129,11	155	53,7	im Zimmer der Eltern	SP	P+SN	referencial	local
129,82	127	43,6	Lage des Hotels	SN	SN+SN	referencial	local
130,27	32	10,6	für jeden Geschmack etwas	SP	P+SN+SN	comunicativa	final
130,39	31	11,5	Gäste aus aller Welt	SN	SN+P+SN	referencial	local
130,94	39	14,3	Anfahrt mit dem Auto	SN	SN+P+SN	referencial	
130,95	18	6,8	auf der linken Seite	SP	P+SN	referencial	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
131,86	36	13,4	einen angenehmen Aufenthalt in	SN	SN+P	referencial	
132,01	102	34,6	Bad oder Dusche	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
133,84	49	17,3	die zentrale Lage	SN	SN	referencial	local
134,27	27	9,9	wir beraten Sie gerne	SV	nosotros	comunicativa	modal
134,91	40	15	unsere Restaurants und Bars	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
135,52	76	26,7	pro Person und Tag	SP	P+SN+conj+SN	referencial	cantidad
136,62	25	9,6	über den Dächern	SP	P+SN	referencial	local
136,84	63	22,5	pro Person und Nacht	SP	P+SN+conj+SN	referencial	modal
138,85	44	16,3	WLAN im gesamten Hotel	SN	SN+P+SN	referencial	local
139,15	39	14,4	ein individuelles Angebot für	SN	SN+P	referencial	servicio
139,43	39	14,5	für die öffentlichen Verkehrsmittel	SP	P+SN	referencial	final
140,90	13	5,3	wir beraten Sie gern	SV	nosotros	comunicativa	modal
141,23	31	9,7	nach Lust und Laune	SP	P+SN+conj+SN	comunicativa	modal
141,46	20	7,5	rund um die Uhr	SP	ADJ+P+SN	referencial	temporal
141,61	49	18	mit Badewanne oder Dusche	SP	P+SN+conj+SN	referencial	equipamiento
142,02	75	24,5	Sie haben die Wahl	SV	usted	comunicativa	
142,84	33	12,4	Ihren Aufenthalt bei uns	SN	SN+P+SN	referencial	local
143,30	26	9,9	nur wenige Gehminuten	SN	ADV+SN	referencial	temporal
143,95	11	4,8	mit den öffentlichen Verkehrsmitteln	SP	P+SN	referencial	modal
146,41	47	17,1	an der Rezeption	SP	P+SN	referencial	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
147,17	206	63,9	Dusche und WC	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
147,45	30	11,3	den idealen Rahmen für	SN	SN+P	referencial	final
147,75	12	5,1	genau das Richtige für	SN	ADJ+SN+P	referencial	modal
148,44	84	30,1	Tagungen und Veranstaltungen	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
149,71	50	17,9	mit Bad oder Dusche	SP	P+SN+conj+SN	referencial	equipamiento
150,27	84	14,6	vor der Tür	SP	P+SN	referencial	local
151,66	50	15,9	Wir freuen uns auf	SV	nosotros	comunicativa	
152,28	48	16,3	das Hotel verfügt über	SV	presente	referencial	equipamiento
152,32	82	29,2	bis zur Station	SP	P+P+SN	referencial	local
152,64	90	31,7	Aufenthalt bei uns	SN	SN+P+PRO	referencial	servicio
152,96	49	18	Bademantel und Slipper	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
153,94	68	24,7	Schallschutzfenster sowie Haartrockner	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
154,06	27	10,3	auf der rechten Straßenseite	SP	P+SN	referencial	local
154,47	29	9,6	für jeden etwas dabei	SP	P+SN	comunicativa	final
154,83	15	6,1	bitte beachten Sie	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
155,08	17	6,9	je nach Verfügbarkeit	SP	ADV+P+SN	referencial	servicio
156,64	81	9,1	zur Verfügung gestellt	SP	P+SN+ADJ	referencial	servicio
156,86	67	24,3	ein angenehmes Wohnen	SN	SN	referencial	servicio
157,12	41	14,5	freuen Sie sich auf	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
157,36	38	14	so erreichen Sie uns	SV	usted	comunicativa	modal
157,75	30	11,3	Anreise mit dem Zug	SN	SN+P+SN	referencial	modal

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
158,07	54	19,3	Anreise mit der Bahn	SN	SN+P+SN	referencial	modal
158,50	61	21,9	Zimmer sind ausgestattet mit	SV	pasiva	referencial	equipamiento
158,79	80	28,7	pro Zimmer und Nacht	SP	P+SN+conj+SN	referencial	temporal
158,86	96	31,9	mit Dusche und WC	SP	P+SN+conj+SN	referencial	equipamiento
159,03	107	36,9	mit einem Doppelbett	SP	P+SN	referencial	equipamiento
159,13	13	5,5	über den Dächern von	SP	P+SN+P	referencial	local
159,36	61	22,2	Zimmer mit Verbindungstür	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
159,94	26	9,8	nach einem anstrengenden Tag	SP	P+SN	referencial	temporal
160,26	22	8,3	in wenigen Minuten	SP	P+SN	referencial	temporal
160,64	16	6,4	mit öffentlichen Verkehrsmitteln	SP	P+SN	referencial	modal
160,76	22	8,6	mit Dusche oder Bad	SP	P+SN+conj+SN	referencial	equipamiento
161,17	8	3,8	für die ganze Familie	SP	P+SN	referencial	final
162,15	25	9,4	tauchen Sie ein in	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
162,55	35	11,3	mit der ganzen Familie	SP	P+SN	referencial	modal
163,69	37	12,7	Informationen finden Sie hier	SV	usted	referencial	local
163,93	76	22,1	Samstag und Sonntag	SN	SN+CONJ+SN	referencial	temporal
164,45	7	3,2	auf der rechten Seite	SP	P+SN	referencial	
167,24	6	3,1	mit den öffentlichen Verkehrsmittel	SP	P+SN	referencial	modal
167,47	10	4,5	nur wenige Schritte vom	SN	SN+P	referencial	local
168,48	19	7,2	überzeugen Sie sich selbst	SV	imperativo-Sie	comunicativa	

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
168,58	70	24,7	Bad mit Badewanne	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
168,79	16	6,6	mit dem Auto	SP	P+SN	referencial	modal
169,07	27	10,3	wir bieten unseren Gästen	SV	nosotros	comunicativa	
169,33	29	9,7	für Familien mit Kindern	SP	P+SN+P+SN	referencial	final
169,37	36	12,8	wir bieten Ihnen	SV	nosotros	comunicativa	servicio
171,30	65	23,5	vor Ihrer Anreise	SP	P+SN	referencial	temporal
171,85	107	36,1	Person im Doppelzimmer	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
171,96	50	18,1	verwöhnen wir Sie mit	SV	nosotros	comunicativa	
172,06	69	23,9	Sie und Ihre Gäste	SN	Pro+conj+SN	comunicativa	
173,67	25	9,5	gegen eine Gebühr von	SP	P+SN+P	referencial	modal
173,85	274	55,1	lassen Sie sich	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
174,44	8	3,7	von Montag bis Freitag	SP	P+SN+P+SN	referencial	temporal
176,18	38	14,2	auf Anfrage und Verfügbarkeit	SP	P+SN+conj+SN	referencial	modal
176,22	6	3,1	die Seele baumeln lassen	SV	impersonal- lassen	comunicativa	final
176,65	82	27,8	direkt bei uns	SP	MOD+P+PRO	referencial	local
176,75	11	4,8	direkt vor der Tür	SP	P+SN	referencial	local
177,23	22	7,9	erfahren Sie mehr über	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
177,32	23	9	die Produkte unseres Partners	SN	SN+SN	referencial	
178,05	14	5,9	genießen Sie Ihren Aufenthalt	SV	imperativo-Sie	comunicativa	servicio
178,34	31	11,5	in den Tag starten	SV	P+SN+V	referencial	temporal
179,31	138	45,6	vor dem Hotel	SP	P+SN	referencial	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
179,36	25	9,3	ein idealer Ausgangspunkt für	SN	SN+P	referencial	local
180,19	346	98,3	in den Tag	SP	P+SN	referencial	temporal
180,26	6	3,1	ganz nach Ihren Wünschen	SP	MOD+P+SN	comunicativa	modal
180,26	66	23,3	Tee und Kaffee	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
180,44	33	12,2	so finden Sie uns	SV	usted	comunicativa	modal
180,59	23	9	erforderlich und nicht erstattbar	SN	ADJ+CONJ+NEG+ADJ	referencial	modal
180,88	59	21,5	Telefon mit Anrufbeantworter	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
181,65	24	9,4	das sagen unsere Gäste	SV	presente	referencial	
181,69	26	9,9	in den öffentlichen Bereichen	SP	P+SN	referencial	
182,25	81	25,5	sichern Sie sich	SV	Sie-imperativo	comunicativa	
182,35	25	8,8	runden das Angebot ab	SV	presente	comunicativa	
182,49	24	9,2	gerne helfen wir Ihnen	SV	nosotros	comunicativa	
183,63	37	13,3	Blick auf die Stadt	SN	SN+P+SN	referencial	local
183,63	101	23,1	zum Preis von	SP	P+SN+P	referencial	cantidad
183,69	7	3,4	Anreise mit dem Auto	SN	SN+P+SN	referencial	modal
183,94	24	9,1	im Herzen von	SP	P+SN+P	referencial	local
184,03	23	8,8	in unserem Haus	SP	P+SN	referencial	local
184,39	8	3,8	pro Person im Doppelzimmer	SP	P+SN+P+SN	referencial	modal
184,45	27	8,6	für Groß und Klein	SP	P+SN+conj+SN	referencial	modal
185,09	5	2,7	wir freuen uns darauf	SV	nosotros	comunicativa	
185,46	11	4,5	eine große Auswahl	SN	SN+P+SN	referencial	servicio

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
186,17	19	7,5	nur wenige Schritte	SN	ADV+SN	referencial	local
186,41	46	16,8	für unsere Gäste	SP	P+SN	referencial	final
186,55	7	3,4	reichhaltiges Frühstück vom Buffet	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
188,24	64	23,2	der Salzburger Altstadt	SN	SN	referencial	local
188,25	24	9,4	gerne servieren wir Ihnen	SV	nosotros	comunicativa	
189,37	21	7,8	sprechen Sie uns an	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
189,64	23	9	bei der Buchung erforderlich	SP	P+SN+ADJ	referencial	modal
190,01	51	18,8	Zertifikat für Exzellenz	SN	SN+P+SN	referencial	calidad
190,48	12	5,1	nach einem erlebnisreichen Tag	SP	P+SN	referencial	temporal
190,65	47	15,7	freuen Sie sich	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
190,71	60	21	über die Dächer	SP	P+SN	referencial	local
190,74	31	11,4	Blick über die Stadt	SN	SN+P+SN	referencial	local
191,20	58	19,9	zu Fuß erreichbar	SP	P+SN+ADJ	referencial	local
191,27	36	13,5	Aufenthalt in unserem Hotel	SN	SN+P+SN	referencial	local
191,29	81	24,8	profitieren Sie von	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
192,73	11	4,8	im Herzen der Stadt	SP	P+SN+SN	referencial	local
192,97	56	20,4	Bügeleisen und Bügelbrett	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
194,07	31	11,6	mitten in der Altstadt	SP	ADV+P+SN	referencial	local
194,63	23	9	Aufenthalt in unserem Haus	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
194,75	9	2,7	auf der Suche nach	SP	P+SN+P	referencial	modal
194,75	79	27,2	auf Ihre Anfrage	SP	P+SN	referencial	

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
194,76	14	5,9	im gesamten Hotel	SP	P+SN	referencial	local
195,46	292	95,7	auf dem Zimmer	SP	P+SN	referencial	local
196,23	17	6,8	hier finden Sie uns	SV	Sie-presente	comunicativa	local
196,66	9	3,7	nichts mehr im Weg	SN	NEG+MOD+P+SN	comunicativa	
196,81	56	15,6	von hier aus	SP	P+ADV+P	referencial	local
197,34	12	5,2	nach einem ereignisreichen Tag	SP	P+SN	referencial	temporal
197,40	19	7,2	wir kümmern uns um	SV	nosotros	comunicativa	
198,77	26	10	in unserem Restaurant	SP	P+SN	referencial	local
198,97	14	5,5	ganz in der Nähe	SP	P+SN	referencial	local
199,92	22	8,6	seien Sie unser Gast	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
199,96	32	11,4	im Zentrum der Stadt	SP	P+SN+SN	referencial	local
200,55	59	15,2	Familien mit Kindern	SN	SN+P+SN	referencial	
200,70	21	8,3	mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet	SP	P+SN	referencial	servicio
201,22	21	8,3	auf einen Blick	SP	P+SN	referencial	modal
201,91	22	8,2	von seiner schönsten Seite	SP	P+SN	comunicativa	local
202,44	10	4,4	nach einem langen Tag	SP	P+SN	referencial	
202,57	18	7	im Zentrum von	SP	P+SN+P	referencial	local
202,68	11	4,8	für Ihre Veranstaltung	SP	P+SN	comunicativa	final
203,15	23	8,9	jedes Zimmer verfügt über	SV	presente	referencial	equipamiento
203,16	13	5,5	im ganzen Haus	SP	P+SN	referencial	local
203,96	59	18,7	Wahrzeichen der Stadt	SN	SN+SN	referencial	

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
204,16	35	13,2	TV mit Radio	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
205,71	10	4,4	lassen Sie sich verwöhnen	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
205,88	6	3,1	direkt vor dem Hotel	SP	P+SN	referencial	local
206,42	32	12,1	pro Nacht und Zimmer	SP	P+SN+conj+SN	referencial	temporal
207,48	9	4,1	mit einer Größe von	SP	P+SN+P	referencial	cantidad
207,86	73	24,5	Sehenswürdigkeiten der Stadt	SN	SN+SN	referencial	local
207,97	22	8,6	wenige Gehminuten vom Hotel	SN	SN+P+SN	referencial	local
209	22	7,4	wir würden uns freuen	SV	nosotros	comunicativa	
209,07	15	6	nur wenige Minuten	SN	ADV+SN	referencial	temporal
209,64	8	3,8	rund um das Hotel	SP	P+SN	referencial	local
210,05	33	11,8	in der Altstadt von	SP	P+SN+P	referencial	local
210,20	72	26,1	Preise pro Zimmer	SN	SN+P+SN	referencial	cantidad
210,53	59	20,1	der historischen Altstadt	SN	SN	referencial	local
210,88	28	9,9	mit dem Bus	SP	P+SN	referencial	modal
211,18	30	11,3	die Zimmer verfügen über	SV	presente	referencial	equipamiento
211,70	11	4,8	mit einem reichhaltigen Frühstück	SP	P+SN	referencial	servicio
212,48	84	29,3	Person und Tag	SN	SN+CONJ+SN	referencial	temporal
212,70	6	3,1	nur wenige Gehminuten entfernt	SN	MOD+SN+ADJ	referencial	local
213,15	8	3,8	in nur wenigen Minuten	SP	P+MOD+SN	referencial	temporal
213,58	7	3,4	nur ein paar Schritte	SN	MOD+SN	referencial	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
213,69	30	2,6	handelt es sich um	SV	presente	estructural	marcador
214,01	42	15,3	für Ihre Feier	SP	P+SN	comunicativa	final
214,28	21	6,2	nichts mehr im Wege	SN	NEG+MOD+P+SN	comunicativa	
214,40	7	3,3	für jeden Geschmack	SP	P+SN	referencial	final
214,61	36	9,8	der besonderen Art	SN	SN	referencial	
214,62	34	2,9	in den letzten Jahren	SP	P+SN	referencial	temporal
214,96	55	19,9	Zuhause auf Zeit	SN	SN+P+SN	referencial	temporal
215,03	24	9,4	in der Nähe	SP	P+SN	referencial	local
215,38	32	12,2	unser reichhaltiges Frühstücksbuffet	SN	SN	referencial	servicio
217,45	12	5,2	in nur wenigen Gehminuten	SP	P+MOD+SN	referencial	temporal
217,71	8	3,8	vom Hotel entfernt	SP	P+SN+P+SN	referencial	local
217,89	31	11,8	erreichen Sie das Hotel	SV	Sie-presente	comunicativa	
218,77	21	8,3	WLAN im ganzen Haus	SN	SN+P+SN	referencial	local
218,82	59	17,7	auf unserer Website	SP	P+SN	referencial	local
218,94	9	4,1	Badezimmer mit Bad	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
219,01	23	8,6	bei uns im Haus	SP	P+PRO+P+SN	referencial	local
219,47	12	5,1	während Ihres Aufenthaltes	SP	P+SN	referencial	temporal
220,57	23	9	unsere Tagungen und Veranstaltungen	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
221,23	8	3,8	mit Liebe zum Detail	SP	P+SN+P+SN	referencial	modal
221,42	5	2,7	wir freuen uns	SV	nosotros	comunicativa	
222	23	8,9	erreichen Sie zu Fuß	SV	Sie-presente	comunicativa	modal

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
222,38	56	18,5	Tradition und Moderne	SN	SN+CONJ+SN	referencial	
222,80	21	6,5	mit Blick auf	SP	P+SN+P	referencial	local
222,91	21	8,3	Ihre Nutzung der Website	SN	SN+SN	referencial	
223,02	45	16,6	in unserem Hotel	SP	P+SN	referencial	local
223,04	6	3,1	kontaktieren Sie uns	SV	Sie-imperativ	comunicativa	
223,34	20	7,2	in der Zeit von	SP	P+SN+P	referencial	temporal
224,31	6	3	mitten in der Stadt	SP	P+SN	referencial	local
224,89	8	3,8	bei uns im Hotel	SP	P+PRO+P+SN	referencial	local
225,24	7	3,4	eine Auszeit vom Alltag	SN	SN+P+SN	referencial	temporal
226,63	5	2,7	herzlich Willkommen im Hotel	SN	SN+P+SN	comunicativa	local
226,67	5	2,7	mit öffentlichen Verkehrsmittel	SP	P+SN	referencial	modal
226,82	24	9,2	ein Bad mit Dusche	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
227,79	10	4,4	eine Auswahl an	SN	SN+P	referencial	servicio
227,86	9	3,8	bei der Planung	SP	P+SN	referencial	temporal
228,12	15	5,9	mit dem Fahrrad	SP	P+SN	referencial	modal
228,62	5	2,7	auf der linken Straßenseite	SP	P+SN	referencial	local
229,06	26	9,7	Informationen finden Sie in	SV	usted	referencial	servicio
229,67	10	4,5	erfahren Sie mehr	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
230,65	57	12,4	um die Ecke	SP	P+SN	referencial	local
231,98	21	8	mit einer großen Auswahl	SP	P+SN	referencial	modal
232,14	20	5,7	auf dieser Seite	SP	P+SN	referencial	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
232,37	6	3,1	in zentraler Lage	SP	P+SN	referencial	local
232,91	25	9,5	bei der Buchung	SP	P+SN	referencial	temporal
233,87	56	20,1	Übernachtungen im Doppelzimmer	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
234,04	41	14,1	in der Umgebung	SP	P+SN	referencial	local
234,16	25	9,4	Tauchen Sie ein	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
235,28	13	5,5	lassen Sie sich verzaubern	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
235,39	12	5,2	eine Flasche Mineralwasser	SN	SN	referencial	servicio
236,22	7	3,4	durch die zentrale Lage	SP	P+SN	referencial	modal
236,48	6	3	in allen Bereichen	SP	P+SN	referencial	local
236,80	10	4,1	wie zum Beispiel	SP	CONJ+P+SN	marcador discursivo	
237,18	19	7,2	wählen Sie aus	SV	Sie-imperativo	comunicativa	
238,08	17	6,6	mit dem Zug	SP	P+SN	referencial	modal
239,01	8	3,5	das ganze Jahr	SN	SN	referencial	temporal
239,05	55	19	mit Ihrer Familie	SP	P+SN	comunicativa	modal
239,30	14	5,8	in jedem Zimmer	SP	P+SN	referencial	local
240,84	22	8,5	immer für Sie da	SP	MOD+P+PRO+ADV	comunicativa	temporal
242,92	11	4,8	im Herzen der	SP	P+SN+DET	referencial	local
243,78	96	33,3	Zimmer im Hotel	SN	SN+P+SN	referencial	servicio-local
244,51	49	18,1	Doppelzimmer zur Einzelnutzung	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
244,58	11	4,8	ein reichhaltiges Frühstücksbuffet	SN	SN	referencial	servicio

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
244,60	7	3,4	mit dem Flugzeug	SP	P+SN	referencial	modal
244,99	5	2,7	bei uns können Sie	SV	usted	comunicativa	local
245,28	23	8,9	mit Dusche und Badewanne	SP	P+SN+conj+SN	referencial	modal
246,26	6	3	für jeden Anlass	SP	P+SN	referencial	final
246,78	8	3,8	biegen Sie links	SV	usted	comunicativa	local
248,12	8	3,8	im gesamten Haus	SP	P+SN	referencial	local
248,72	71	18,9	auf der Terrasse	SP	P+SN	referencial	local
250,45	9	4,1	buchen Sie Ihr Zimmer	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
251,10	6	3,1	der perfekte Ort für	SN	SN+P	referencial	local
251,47	12	5,1	in der Lobby	SP	P+SN	referencial	local
251,81	49	16,6	ausreichend Platz für	SN	ADJ+SN+P	referencial	final
251,91	20	8	alle unsere Zimmer	SN	PRO+SN	referencial	equipamiento
251,94	50	16,8	schnell und bequem	SN	ADJ+CONJ+ADJ	referencial	modal
252,02	42	14,3	bei schönem Wetter	SP	P+SN	referencial	temporal
252,94	33	11,5	schreiben Sie uns	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
253,73	17	6,9	biegen Sie rechts	SV	usted	comunicativa	local
254,04	5	2,7	für Ihren Aufenthalt	SP	P+SN	comunicativa	temporal
255,08	27	4,9	in der Nähe von	SP	P+SN+P	referencial	local
255,72	21	8,2	mit dem Taxi	SP	P+SN	referencial	modal
256,28	73	22,3	auf die Stadt	SP	P+SN	referencial	local
256,35	28	8,7	vor der Haustür	SP	P+SN	referencial	local
256,67	7	3,4	für zwei Personen	SP	P+SN	referencial	cantidad

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
258,54	48	16,7	Kaffee oder Tee	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
259,14	13	5,5	mit der Straßenbahn	SP	P+SN	referencial	modal
259,25	6	3,1	während Ihres Aufenthalts	SP	P+SN	referencial	temporal
259,32	9	3,9	besuchen Sie uns	SV	usted	comunicativa	
259,48	73	25,9	um das Hotel	SP	P+SN	referencial	local
259,55	5	2,7	unser reichhaltiges Frühstück	SN	SN	referencial	servicio
260,34	52	18,9	Übernachtung im Doppelzimmer	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
261,02	5	2,7	ein reichhaltiges Frühstück	SN	SN	referencial	servicio
261,30	8	3,8	auf Ihrem Zimmer	SP	P+SN	referencial	local
262,01	14	5,6	zögern Sie nicht	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
262,12	6	3	eine Vielzahl an	SN	SN+P	referencial	cantidad
262,14	15	6,2	an unserer Rezeption	SP	P+SN	referencial	local
262,24	67	21,1	an der Bar	SP	P+SN	referencial	local
262,25	20	7,9	in den Zimmern	SP	P+SN	referencial	local
262,38	5	2,7	weitere Informationen erhalten Sie	SV	usted	referencial	
262,99	16	6,6	buchen Sie direkt	SV	imperativo-Sie	comunicativa	modal
263,11	75	5,9	in Höhe von	SP	P+SN	referencial	cantidad
263,88	14	5,9	buchen Sie Ihr Hotel	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
264,92	66	23,6	direkt im Hotel	SP	MOD+P+SN	referencial	local
266,22	64	14,3	durch die Stadt	SP	P+SN	referencial	local
267,37	21	7,8	in der Innenstadt von	SP	P+SN+P	referencial	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
268,40	7	3,4	Lage des Hotel	SN	SN+SN	referencial	local
268,72	46	16,9	direkt beim Hotel	SP	MOD+P+SN	referencial	local
269,18	63	21,7	in der Tiefgarage	SP	P+SN	referencial	local
270,71	13	5,4	mit dem PKW	SP	P+SN	referencial	modal
271,36	20	6,9	weitere Informationen zu	SN	SN+P	referencial	servicio
271,54	6	3,1	für Ihr Seminar	SP	P+SN	referencial	final
272,48	12	5	genau das Richtige	SN	ADJ+SN	referencial	modal
273,27	20	7	das Richtige für	SN	SN+P	referencial	modal
274,54	5	2,7	für Ihre Tagung	SP	P+SN	referencial	final
276,48	63	16,2	in der Hauptstadt	SP	P+SN	referencial	local
276,55	19	7,6	mit der U-Bahn	SP	P+SN	referencial	modal
278,23	14	5,5	nur ein paar	SN	ADV+SN	referencial	cantidad
279,05	57	18,5	in der City	SP	P+SN	referencial	local
279,36	10	4,5	von unserem Hotel	SP	P+SN	referencial	local
279,69	28	10,4	entspannen Sie sich	SV	imperativo-Sie	comunicativa	
280,31	0	0	Familien mit Kind	SN	SN+P+SN	referencial	
280,31	9	4,1	im ganzen Hotel	SP	P+SN	referencial	local
281,02	11	4	in der Stadt	SP	P+SN	referencial	local
282,66	55	5,2	in der Schweiz	SP	P+SN	referencial	local
283,49	40	12,2	informieren Sie sich	SV	Sie-imperativ	comunicativa	servicio
284,87	0	0	in allen Zimmer	SP	P+SN	referencial	local
285,11	6	3,1	willkommen im Hotel	SV		comunicativa	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
286,11	13	5,5	der ideale Ort	SN	SN	referencial	local
286,25	9	4	in der Altstadt	SP	P+SN	referencial	local
286,96	10	4,4	die historische Altstadt	SN	SN	referencial	local
289,51	6	3,1	buchen Sie jetzt	SV	imperativo-Sie	comunicativa	temporal
289,82	48	17,3	Sie als Gast	SN	Pro+conj+SN	comunicativa	
289,90	6	3,1	Essen und Trinken	SN	SN+CONJ+SN	referencial	servicio
290,55	48	17,4	an der Hotelbar	SP	P+SN	referencial	local
293,71	50	18,1	bei der Reservierung	SP	P+SN	referencial	temporal
294,56	7	3,4	mit der Bahn	SP	P+SN	referencial	modal
294,65	54	19,3	zu unserem Hotel	SP	P+SN	referencial	local
294,74	48	17,4	Dusche und Badewanne	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
296,39	50	9,3	im Wert von	SP	P+SN+P	referencial	cantidad
296,41	52	18,8	Aufenthalt im Hotel	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
297,24	5	2,7	Zimmer und Suiten	SN	SN+CONJ+SN	referencial	equipamiento
297,90	46	16,8	Hotel im Zentrum	SN	SN+P+SN	referencial	local
298,73	8	3,6	in Ihrem Zimmer	SP	P+SN - usted	referencial	local
300,58	7	1,4	in der Regel	SP	P+SN	referencial	modal
301,69	5	2,7	in der Innenstadt	SP	P+SN	referencial	local
301,70	7	3,4	direkt am Hotel	SP	MOD+P+SN	referencial	local
301,83	8	3,6	mit dem Rad	SP	P+SN	referencial	modal
304,22	45	15,9	Frühstück im Hotel	SN	SN+P+SN	referencial	servicio
304,86	8	3,8	an unserer Hotelbar	SP	P+SN	referencial	local

<i>Valor mixto</i>	<i>Frec KoDeHo</i>	<i>Simple maths</i>	<i>Paquete</i>	<i>Estructura 1</i>	<i>Estructura 2</i>	<i>Función</i>	<i>Función 2</i>
308,18	14	5,8	mit der S-Bahn	SP	P+SN	referencial	modal
308,34	53	19,1	bis zum Hotel	SP	P+P+SN	referencial	local
310,06	51	18,5	Ausstattung der Zimmer	SN	SN+SN	referencial	equipamiento
311,02	11	4	nicht nur für	SP		estructural	final
312,37	56	6,5	in Verbindung mit	SP	P+SN+P	estructural	
317,55	14	5,7	fragen Sie uns	SV	imperativo-Sie	comunicativa	servicio
321,85	7	1,6	auf jeden Fall	SP	P+SN	comunicativa	
324,84	53	6,8	in der Zeit	SP	P+SN	referencial	temporal
325,82	35	12,9	Zimmer mit Bad	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
327,88	11	4,3	die Nähe zu	SN	SN+P	referencial	local
330,87	48	7,6	in die Welt	SP	P+SN	referencial	local
336,83	6	3,1	mit Blick über	SP	P+SN+P	referencial	local
343,24	8	3,1	in Kombination mit	SP	P+SN+P	estructural	
348,10	10	4,4	in der Bar	SP	P+SN	referencial	local
362,04	5	2,7	mit der Familie	SP	P+SN	referencial	modal
367,59	9	4,1	Flachbildfernseher mit Kabel-TV	SN	SN+P+SN	referencial	equipamiento
369,74	7	3,4	in der Sauna	SP	P+SN	referencial	local

Anexo 6 - Listado de paquetes de entre tres y cinco palabras ordenados por orden alfabético de palabras clave en KoDeHo

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
abrunden	182,35	10,41	8,8	runden das Angebot ab	comunicativa		
Anfahrt	130,94	19,58	14,3	Anfahrt mit dem Auto	referencial		
Anfrage	56,03	44,57	7,6	auf Anfrage und nach Verfügbarkeit	referencial	servicio	
	155,08	56,65	6,9	je nach Verfügbarkeit	referencial	servicio	
	176,18	17,49	14,2	auf Anfrage und Verfügbarkeit	referencial	servicio	
	194,75	33,74	27,2	auf Ihre Anfrage	referencial		
Angebot	47,47	66,64	51,6	ein individuelles Angebot	referencial	servicio	ein individuelles Angebot (für)
	139,15	25,82	14,4	ein individuelles Angebot für	referencial	servicio	
Anreise	45,99	9,58	9	Anreise am Freitag oder Samstag	referencial	temporal	
	82,35	25,82	19,9	Anreise mit dem Flugzeug	referencial	modal	Anreise mit [dem/ der] [Flugzeug/Zug/ Bahn/Auto]
	157,75	14,16	11,3	Anreise mit dem Zug	referencial	modal	
	158,07	24,99	19,3	Anreise mit der Bahn	referencial	modal	
	183,69	49,15	3,4	Anreise mit dem Auto	referencial	modal	
anrufen	66,58	16,24	7,2	rufen Sie uns an unter	comunicativa	modal	rufen Sie uns an (unter)
	89,23	64,98	22,9	rufen Sie uns an	comunicativa		
ansprechen	189,37	22,91	7,8	sprechen Sie uns an	comunicativa		
Art	214,61	25,41	9,8	der besonderen Art	referencial		
Aufenthalt	15,94	18,33	15,8	Aufenthalt so angenehm wie möglich	referencial	modal	(Aufenthalt) so angenehm wie möglich

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	85,38	19,58	4,8	genießen Sie Ihren Aufenthalt in	comunicativa		
	101,22	17,49	15,1	für einen angenehmen Aufenthalt	referencial	final	für einen [angenehmen/längeren] Aufenthalt (in)
	101,32	17,08	14,8	für einen längeren Aufenthalt	referencial	final	
	131,86	15,41	13,4	einen angenehmen Aufenthalt in	referencial		
	142,84	17,91	12,4	Ihren Aufenthalt bei uns	referencial	local	(für) (Ihren) Aufenthalt bei uns
	152,64	42,90	31,7	Aufenthalt bei uns	referencial	servicio	
	178,05	30,82	5,9	genießen Sie Ihren Aufenthalt	comunicativa	servicio	
	191,27	15,41	13,5	Aufenthalt in unserem Hotel	referencial	local	Aufenthalt in unserem [Hotel/Haus]
	194,63	9,58	9	Aufenthalt in unserem Haus	referencial	servicio	
	219,47	35,82	5,1	während Ihres Aufenthaltes	referencial	temporal	
	254,04	74,14	2,7	für Ihren Aufenthalt	comunicativa	temporal	
	259,25	34,15	3,1	während Ihres Aufenthalts	referencial	temporal	
	296,41	22,91	18,8	Aufenthalt im Hotel	referencial	servicio	
aus [procedencia]	54,64	67,48	27,3	aus aller Welt	referencial	local	(Gäste) aus [aller/der ganzen] Welt
	120,49	57,90	24,5	aus der Region	referencial	local	
	124,34	17,49	10,9	aus der ganzen Welt	referencial	local	
	130,39	12,91	11,5	Gäste aus aller Welt	referencial	local	
Ausflug	52,96	10,83	9,4	machen Sie einen Ausflug in	comunicativa	local	
Ausgangspunkt	83,10	26,66	21,7	der ideale Ausgangspunkt für	referencial	local	[der/ein] [ideale/idealer] Ausgangspunkt (für)
	109,01	37,49	29,8	der ideale Ausgangspunkt	referencial	local	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	179,36	11,25	9,3	ein idealer Ausgangspunkt für	referencial	local	
Ausstattung	113,71	22,08	19,4	ausgestattet mit einem Doppelbett	referencial		
	310,06	21,24	18,5	Ausstattung der Zimmer	referencial	equipamiento	
Auswahl	185,46	64,14	4,5	eine große Auswahl	referencial	servicio	eine (große) Auswahl (an)
	227,79	36,65	4,4	eine Auswahl an	referencial	servicio	
	231,98	9,58	8	mit einer großen Auswahl	referencial	modal	
Auszeit	59,46	10,00	7,9	gönnen Sie sich eine Auszeit	temporal		gönnen Sie sich eine Auszeit (vom Alltag)
	225,24	2,92	3,4	eine Auszeit vom Alltag	referencial	temporal	
Bad, Badezimmer	34,21	19,16	17	Badezimmer mit Dusche oder Badewanne	referencial	equipamiento	[Badezimmer/Bad] mit [Dusche/Badewanne/Bad] [oder/und] [Badewanne/Dusche/WC]
	56,87	14,16	12,7	Badezimmer mit Dusche und WC	referencial	equipamiento	
	59,07	9,16	8,7	Badezimmer mit Badewanne oder Dusche	referencial	equipamiento	
	64,63	10,41	9,4	Bad mit Dusche und WC	referencial	equipamiento	
	85,80	112,46	86,2	Badezimmer mit Dusche	referencial	equipamiento	
	94,63	109,54	79,1	Bad mit Dusche	referencial	equipamiento	
	115,11	43,73	36,6	Badezimmer mit Badewanne	referencial	equipamiento	
	132,01	43,32	34,6	Bad oder Dusche	referencial	equipamiento	
	149,71	21,66	17,9	mit Bad oder Dusche	referencial	equipamiento	
	168,58	29,57	24,7	Bad mit Badewanne	referencial	equipamiento	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	218,94	3,75	4,1	Badezimmer mit Bad	referencial	equipamiento	
	226,82	10,41	9,2	ein Bad mit Dusche	referencial	equipamiento	
Bar	262,24	29,99	21,1	an der Bar	referencial	local	an [der/unserer] [Bar/Hotelbar]
	290,55	21,66	17,4	an der Hotelbar	referencial	local	
	304,86	23,33	3,8	an unserer Hotelbar	referencial	local	
beachten	154,83	156,61	6,1	bitte beachten Sie	comunicativa		
Bedürfnisse	77,88	6,66	6,7	speziell auf die Bedürfnisse von	referencial	modal	
bei [temporal]	66,83	7,91	7,4	bei der Planung und Durchführung	referencial	temporal	bei der Planung (und Durchführung) (Ihrer Veranstaltung)
	70,26	7,50	6,9	bei der Planung Ihrer Veranstaltung	referencial	temporal	
	227,86	54,56	3,8	bei der Planung	referencial	temporal	
	232,91	49,98	9,5	bei der Buchung	referencial	temporal	
	252,02	37,49	14,3	bei schönem Wetter	referencial	temporal	
	293,71	22,49	18,1	bei der Reservierung	referencial	temporal	
bei uns [local]	87,12	7,50	7,3	bei uns an der Rezeption	referencial	local	
	219,01	9,58	8,6	bei uns im Haus	referencial	local	bei uns im [Hotel/Haus]
	224,89	34,57	3,8	bei uns im Hotel	referencial	local	
	244,99	20,41	2,7	bei uns können Sie	comunicativa	local	
beraten	94,49	34,57	27,1	gerne beraten wir Sie	comunicativa		wir beraten Sie gern(e)
	134,27	27,91	9,9	wir beraten Sie gerne	comunicativa	modal	
	140,90	7,08	5,3	wir beraten Sie gern	comunicativa	modal	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Bereich	70,80	25,41	2,7	in allen Bereichen des Hotels	referencial	local	in [allen/den öffentlichen] Bereichen (des Hotels)
	181,69	10,83	9,9	in den öffentlichen Bereichen	referencial		
	236,48	42,49	3	in allen Bereichen	referencial	local	
Besuch	62,81	108,30	72,1	auf Ihren Besuch	referencial		
besuchen	259,32	24,57	3,9	besuchen Sie uns	comunicativa		
Bett	106,37	31,24	27	im Bett der Eltern	referencial	local	
	159,03	44,57	36,9	mit einem Doppelbett	referencial	equipamiento	
biegen	246,78	32,07	3,8	biegen Sie links	comunicativa	local	biegen Sie [rechts/links]
	253,73	28,74	6,9	biegen Sie rechts	comunicativa	local	
bieten	90,29	188,27	79,7	bieten wir Ihnen	comunicativa	servicio	wir bieten [Ihnen/unseren Gästen]
	169,07	11,66	10,3	wir bieten unseren Gästen	comunicativa		
	169,37	99,96	12,8	wir bieten Ihnen	comunicativa	servicio	
bis zu	96,71	51,65	41,2	bis zur Haltestelle	referencial	local	bis [zur/zum] [Haltestelle/Station/Hotel]
	152,32	34,57	29,2	bis zur Station	referencial	local	
	308,34	22,49	19,1	bis zum Hotel	referencial	local	
Blick	86,95	10,83	3,1	werfen Sie einen Blick auf	comunicativa	local	
	93,03	10,41	3,1	werfen Sie einen Blick in	comunicativa	local	
	105,49	16,66	14,4	Blick über die Dächer	referencial	local	(mit) Blick über die Dächer
	183,63	15,83	13,3	Blick auf die Stadt	referencial	local	Blick [auf/über] die Stadt
	190,74	12,91	11,4	Blick über die Stadt	referencial	local	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	201,22	74,14	8,3	auf einen Blick	referencial	modal	
	222,80	127,87	6,5	mit Blick auf	referencial	local	
	336,83	26,66	3,1	mit Blick über	referencial	local	
buchen	95,52	7,91	6,2	buchen Sie direkt bei uns	comunicativa	modal	buchen Sie direkt (bei uns)
	250,45	16,24	4,1	buchen Sie Ihr Zimmer	comunicativa		buchen Sie Ihr [Zimmer/Hotel]
	262,99	38,74	6,6	buchen Sie direkt	comunicativa	modal	
	263,88	5,83	5,9	buchen Sie Ihr Hotel	comunicativa		
	289,51	37,49	3,1	buchen Sie jetzt	comunicativa	temporal	
Bügeleisen	192,97	23,33	20,4	Bügeleisen und Bügelbrett	referencial	equipamiento	
Dächer	63,76	10,83	8,6	über den Dächern der Stadt	referencial	local	über den Dächern [der Stadt/Stadtname/von+Stadtname]
	136,62	68,31	9,6	über den Dächern	referencial	local	
	159,13	32,49	5,5	über den Dächern von	referencial	local	
	190,71	25,41	21	über die Dächer	referencial	local	
direkt	176,65	39,15	27,8	direkt bei uns	referencial	local	
	176,75	17,08	4,8	direkt vor der Tür	referencial	local	
	205,88	27,07	3,1	direkt vor dem Hotel	referencial	local	direkt [vor dem/im/beim/am] Hotel
	264,92	29,16	23,6	direkt im Hotel	referencial	local	
	268,72	20,41	16,9	direkt beim Hotel	referencial	local	
	301,70	33,74	3,4	direkt am Hotel	referencial	local	
Doppelzimmer	244,51	21,24	18,1	Doppelzimmer zur Einzelnutzung	referencial	equipamiento	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Dusche, Badewanne	77,20	7,91	7,6	Dusche oder Badewanne und WC	referencial	equipamiento	Dusche oder Badewanne (und WC)
	79,84	66,23	54,5	Badewanne oder Dusche	referencial	equipamiento	
	81,34	63,31	52,6	Dusche oder Badewanne	referencial	equipamiento	
	117,99	35,82	29,4	mit Dusche oder Badewanne	referencial	equipamiento	mit Dusche oder [Badewanne/Bad]
	127,49	18,74	15,8	Dusche oder Bad	referencial	equipamiento	
	141,61	22,08	18	mit Badewanne oder Dusche	referencial	equipamiento	
	147,17	87,47	63,9	Dusche und WC	referencial	equipamiento	
	152,96	20,41	18	Bademantel und Slipper	referencial	equipamiento	
	158,86	39,99	31,9	mit Dusche und WC	referencial	equipamiento	
	160,76	9,16	8,6	mit Dusche oder Bad	referencial	equipamiento	
	245,28	9,58	8,9	mit Dusche und Badewanne	referencial	modal	(mit) Dusche und Badewanne
	294,74	20,41	17,4	Dusche und Badewanne	referencial	equipamiento	
Ecke	230,65	24,57	12,4	um die Ecke	referencial	local	
eintauchen	162,15	36,24	9,4	tauchen Sie ein in	comunicativa		tauchen Sie ein (in)
	234,16	38,32	9,4	Tauchen Sie ein	comunicativa		
entfernt	72,10	7,08	6,9	wenige Gehminuten vom Hotel entfernt	referencial	local	
	217,71	99,96	3,8	vom Hotel entfernt	referencial	local	
Entfernung	53,35	169,94	142,8	Entfernung vom Hotel	referencial	local	
erfahren	177,23	27,91	7,9	erfahren Sie mehr über	comunicativa		erfahren Sie mehr (über)
	229,67	84,97	4,5	erfahren Sie mehr	comunicativa		

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
erhalten	54,90	18,74	16,6	erhalten Sie an der Rezeption	comunicativa	local	
Erlebnis	46,69	27,07	21,2	zu einem unvergesslichen Erlebnis	comunicativa	final	
erreichen	217,89	12,91	11,8	erreichen Sie das Hotel	comunicativa		
	222	10,00	8,9	erreichen Sie zu Fuß	comunicativa	modal	
es gibt	73,22	7,50	6,7	gibt es viel zu entdecken	referencial	cantidad	
Essen	289,90	25,82	3,1	Essen und Trinken	referencial	servicio	
Fall	321,85	22,91	1,6	auf jeden Fall	estructural		
Familie	162,55	14,99	11,3	mit der ganzen Familie	referencial	modal	mit [der (ganzen)/Ihrer] Familie
	200,55	24,99	15,2	Familien mit Kindern	referencial		
	239,05	23,33	19	mit Ihrer Familie	comunicativa	modal	
	362,04	25,41	2,7	mit der Familie	referencial	modal	
Fernseher	367,59	20,41	4,1	Flachbildfernseher mit Kabel-TV	referencial	equipamiento	
finden	55,69	11,25	10,3	hier finden Sie alle Informationen	comunicativa	local-servicio	
	180,44	17,91	12,2	so finden Sie uns	comunicativa	modal	[so/hier] finden Sie uns
	196,23	8,33	6,8	hier finden Sie uns	comunicativa	local	
fragen	317,55	23,74	5,7	fragen Sie uns	comunicativa	servicio	
Frühstück	68,75	57,06	43,4	Frühstück vom Buffet	referencial	servicio	(reichhaltiges) Frühstück vom Buffet
	186,55	16,66	3,4	reichhaltiges Frühstück vom Buffet	referencial	servicio	
	200,70	9,16	8,3	mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet	referencial	servicio	mit [unserem/einem] reichhaltigen Frühstücks(buffet)

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	211,70	5,83	4,8	mit einem reichhaltigen Frühstück	referencial	servicio	
	215,38	36,65	12,2	unser reichhaltiges Frühstücksbuffet	referencial	servicio	[unser/ein] reichhaltiges Frühstücks(buffet)
	244,58	32,07	4,8	ein reichhaltiges Frühstücksbuffet	referencial	servicio	
	259,55	8,33	2,7	unser reichhaltiges Frühstück	referencial	servicio	
	261,02	7,08	2,7	ein reichhaltiges Frühstück	referencial	servicio	
	304,22	23,33	15,9	Frühstück im Hotel	referencial	servicio	
für	66,35	18,33	13,3	wir sind für Sie da	comunicativa	final	
	84,75	9,16	8,2	für Sie und Ihre Gäste	comunicativa	final	(für) Sie und Ihre Gäste
	89,47	5,83	5,4	für jeden Geschmack etwas dabei	referencial	final	für jeden Geschmack (etwas) (dabei)
	130,27	14,16	10,6	für jeden Geschmack etwas	comunicativa	final	
	154,47	12,50	9,6	für jeden etwas dabei	comunicativa	final	
	161,17	66,23	3,8	für die ganze Familie	referencial	final	
	169,33	13,75	9,7	für Familien mit Kindern	referencial	final	
	184,45	14,16	8,6	für Groß und Klein	referencial	modal	
	186,41	91,63	16,8	für unsere Gäste	referencial	final	
	214,40	52,90	3,3	für jeden Geschmack	referencial	final	
für [servicios]	256,67	45,82	3,4	für zwei Personen	referencial	cantidad	
	202,68	65,81	4,8	für Ihre Veranstaltung	comunicativa	final	für [Ihre/ Ihr] [Veranstaltung/ Feier/ Seminar/ Tagung]
	214,01	18,74	15,3	für Ihre Feier	comunicativa	final	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	246,26	36,24	3	für jeden Anlass	referencial	final	
	271,54	31,66	3,1	für Ihr Seminar	referencial		
	274,54	27,91	2,7	für Ihre Tagung	referencial	final	
Gast	172,06	29,16	23,9	Sie und Ihre Gäste	comunicativa		
	181,65	11,66	9,4	das sagen unsere Gäste	referencial		
	199,92	11,25	8,6	seien Sie unser Gast	comunicativa		
	289,82	20,41	17,3	Sie als Gast	comunicativa		
Gebühr	173,67	11,25	9,5	gegen eine Gebühr von	referencial	modal	
Größe	207,48	33,74	4,1	mit einer Größe von	referencial		
Haus	203,16	39,15	5,5	im ganzen Haus	referencial	local	im [ganzen/gesamten] Haus
	248,12	33,32	3,8	im gesamten Haus	referencial	local	
helfen	76,64	7,91	6,5	wir helfen Ihnen gerne weiter	comunicativa	servicio	gerne helfen wir Ihnen (weiter)
	182,49	11,25	9,2	gerne helfen wir Ihnen	comunicativa		
Herz	121,64	14,99	11,3	was das Herz begehrt	referencial	servicio	
Herzen	183,94	102,88	9,1	im Herzen von	referencial	local	im Herzen von
	192,73	37,90	4,8	im Herzen der Stadt	referencial		im Herzen der (Stadt)
	242,92	119,54	4,8	im Herzen der	referencial	local	
Höhe	263,11	31,24	5,9	in Höhe von	referencial	cantidad	
Hotel	194,76	128,29	5,9	im gesamten Hotel	referencial	local	im [gesamten/ganzen] Hotel
	279,36	46,65	4,5	von unserem Hotel	referencial	local	[von/zu] unserem Hotel
	280,31	34,15	4,1	im ganzen Hotel	referencial	local	
	294,65	23,74	19,3	zu unserem Hotel	referencial	local	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Hotel, Haus	92,98	17,08	3,1	das Hotel befindet sich auf	referencial	local	[das/unser] Hotel befindet sich [auf/in]
	97,81	6,66	6,2	unser Hotel befindet sich in	referencial	local	
	103,79	6,66	6,5	das Hotel befindet sich in	referencial	local	
	126,02	14,58	13,1	unser Haus verfügt über	referencial	equipamiento	[unser Haus/das Hotel] verfügt über
	152,28	24,57	16,3	das Hotel verfügt über	referencial	equipamiento	
immer	240,84	11,25	8,5	immer für Sie da	comunicativa	temporal	
in [local]	184,03	86,22	8,8	in unserem Haus	referencial	local	in unserem [Haus/Restaurant/Hotel]
	198,77	91,22	10	in unserem Restaurant	referencial	local	
	223,02	154,11	16,6	in unserem Hotel	referencial	local	
	239,30	44,98	5,8	in jedem Zimmer	referencial	local	in [jedem/Ihrem] Zimmer
	251,47	84,14	5,1	in der Lobby	referencial	local	in der [Lobby/ Tiefgarage/ Bar/ Sauna]
	269,18	26,66	21,7	in der Tiefgarage	referencial	local	
	298,73	39,57	3,6	in Ihrem Zimmer	referencial	local	
	348,10	28,32	4,4	in der Bar	referencial	local	
	369,74	23,74	3,4	in der Sauna	referencial	local	
Informationen	92,85	6,66	6,5	weitere Informationen finden Sie in	comunicativa	local	(weitere) Informationen [finden/ erhalten] Sie [in/ hier]
	98,44	5,83	5,6	weitere Informationen finden Sie hier		servicio-local	
	163,69	15,41	12,7	Informationen finden Sie hier	referencial	local	
	229,06	10,83	9,7	Informationen finden Sie in	referencial	servicio	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	262,38	11,25	2,7	weitere Informationen erhalten Sie	referencial		
	271,36	22,91	6,9	weitere Informationen zu	referencial	servicio	
Jahr	106,67	19,99	11,4	das ganze Jahr über	referencial	temporal	das ganze Jahr (über)
	214,62	22,08	2,9	in den letzten Jahren	referencial		
	239,01	34,57	3,5	das ganze Jahr	referencial	temporal	
Kaffe	125,14	72,47	43,8	Kaffee und Tee	referencial	servicio	
	180,26	27,49	23,3	Tee und Kaffee	referencial	servicio	
	258,54	20,41	16,7	Kaffee oder Tee	referencial	servicio	
Kombination	343,24	25,41	3,1	in Kombination mit	estructural		
kontaktieren	223,04	118,71	3,1	kontaktieren Sie uns	comunicativa		
kostenlos, kostenfrei	50,30	10,83	9	kostenfrei im Bett der Eltern	referencial	local	[kostenfrei/kostenlos] im [Bett/Zimmer] der Eltern
	58,13	10,00	9,4	kostenlos im Zimmer der Eltern	referencial	local	
	67,36	9,16	8,7	kostenfrei im Zimmer der Eltern	referencial	modal-local	
Kunst	116,70	44,15	26,8	Kunst und Kultur	referencial	servicio	
Lage	129,82	52,90	43,6	Lage des Hotels	referencial	local	
	133,84	45,40	17,3	die zentrale Lage	referencial	local	(durch) die zentrale Lage
	232,37	40,82	3,1	in zentraler Lage	referencial	local	
	236,22	12,50	3,4	durch die zentrale Lage	referencial	causal	
Liebe	39	28,74	21,2	viel Liebe zum Detail	referencial	modal	(mit) (viel) Liebe zum Detail
	60,29	57,48	35,4	Liebe zum Detail	referencial	modal	
	70,07	23,74	2,7	mit viel Liebe zum Detail	referencial	modal	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	221,23	12,50	3,8	mit Liebe zum Detail	referencial	modal	
Lust	141,23	13,33	9,7	nach Lust und Laune	comunicativa	modal	
Mineralwasser	42,11	12,50	11,5	Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer	referencial	servicio	(eine) Flasche Mineralwasser (auf dem Zimmer)
	235,39	30,41	5,2	eine Flasche Mineralwasser	referencial	servicio	
Minuten	86,78	7,08	6,1	in wenigen Minuten zu Fuß	referencial	temporal	in (nur) wenigen (Geh)minuten (zu Fuß)
	160,26	54,56	8,3	in wenigen Minuten	referencial	temporal	
	213,15	15,41	3,8	in nur wenigen Minuten	referencial	temporal	
	217,45	14,16	5,2	in nur wenigen Gehminuten	referencial	temporal	
mit [Verkehrsmittel]	110,48	16,66	14,3	mit dem Auto anreisen	referencial	modal	
	143,95	77,06	4,8	mit den öffentlichen Verkehrsmitteln	referencial	modal	mit (den) öffentlichen Verkehrsmitteln
	160,64	66,23	6,4	mit öffentlichen Verkehrsmitteln	referencial	modal	
	168,79	219,09	6,6	mit dem Auto	referencial	modal	mit [dem/der] [Auto/Bus/Fahrrad/ Zug/Flugzeug/Taxi/ Straßenbahn/PKW/Bahn/ Rad/S-Bahn]
	210,88	51,23	9,9	mit dem Bus	referencial	modal	
	226,67	3,33	2,7	mit öffentlichen Verkehrsmittel	referencial	modal	
	228,12	37,90	5,9	mit dem Fahrrad	referencial	modal	
	238,08	35,40	6,6	mit dem Zug	referencial	modal	
	244,60	53,73	3,4	mit dem Flugzeug	referencial	modal	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	255,72	32,91	8,2	mit dem Taxi	referencial	modal	
	259,14	34,99	5,5	mit der Straßenbahn	referencial	modal	
	270,71	32,07	5,4	mit dem PKW	referencial	modal	
	276,55	49,57	7,6	mit der U-Bahn	referencial	modal	
	294,56	75,81	3,4	mit der Bahn	referencial	modal	
	301,83	22,91	3,6	mit dem Rad	referencial	modal	
	308,18	36,24	5,8	mit der S-Bahn	referencial	modal	
mitten	194,07	14,16	11,6	mitten in der Altstadt	referencial	local	mitten in der (Alt)stadt
	224,31	27,07	3	mitten in der Stadt	referencial	local	
Nähe	52,71	16,66	13,9	in der Nähe unseres Hotels	referencial	local	in [der/unmittelbarer] Nähe [unseres/des] Hotels
	53,02	154,95	24	in unmittelbarer Nähe	referencial	local	
	74,73	15,41	3,1	in unmittelbarer Nähe des Hotels	referencial	local	
	93,11	14,58	3,4	in der Nähe des Hotels	referencial	local	
	198,97	27,91	5,5	ganz in der Nähe	referencial	local	(ganz) in der Nähe (von)
	215,03	201,60	9,4	in der Nähe	referencial	local	
	255,08	12,50	4,9	in der Nähe von	referencial	local	
	327,88	4,58	4,3	die Nähe zu	referencial	local	
Niveau	93,17	42,90	26	auf höchstem Niveau	comunicativa	calidad	
nur	143,30	53,31	9,9	nur wenige Gehminuten	referencial	temporal	nur wenige (Geh)minuten (entfernt)
	167,47	19,99	4,5	nur wenige Schritte vom	referencial	local	nur [wenige/ein paar] Schritte (vom)

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	186,17	40,40	7,5	nur wenige Schritte	referencial	local	
	209,07	35,40	6	nur wenige Minuten	referencial	temporal	
	212,70	12,91	3,1	nur wenige Gehminuten entfernt	referencial	local	
	213,58	12,91	3,4	nur ein paar Schritte	referencial	local	
	278,23	27,07	5,5	nur ein paar	referencial	cantidad	
	311,02	30,82	4	nicht nur für	estructural	final	
Ort	251,10	12,50	3,1	der perfekte Ort für	referencial	local	der [perfekte/ideale] Ort (für)
	286,11	25,82	5,5	der ideale Ort	referencial	local	
Person, Preis, pro	35,36	13,33	12,5	Preise verstehen sich pro Zimmer	referencial		Preise (verstehen sich) pro Zimmer
	41,01	115,79	81,9	Preis pro Person	referencial	modal	
	80,02	7,50	6,2	alle Preise verstehen sich inklusive	referencial		
	135,52	32,91	26,7	pro Person und Tag	referencial	cantidad	pro [Person/Zimmer] und [Tag/Nacht]
	136,84	26,66	22,5	pro Person und Nacht	referencial	modal	
	158,79	33,32	28,7	pro Zimmer und Nacht	referencial	temporal	
	171,85	48,32	36,1	Person im Doppelzimmer	referencial	servicio	
	183,63	42,49	23,1	zum Preis von	referencial	cantidad	
	184,39	44,57	3,8	pro Person im Doppelzimmer	referencial	modal	(pro) Person im Doppelzimmer
	206,42	14,16	12,1	pro Nacht und Zimmer	referencial	temporal	
	210,20	33,32	26,1	Preise pro Zimmer	referencial	cantidad	
	212,48	35,40	29,3	Person und Tag	referencial	temporal	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Platz	251,81	20,41	16,6	ausreichend Platz für	referencial	final	
profitieren	191,29	69,14	24,8	profitieren Sie von	comunicativa		
Rahmen	106,54	16,24	14,4	den perfekten Rahmen für	referencial		den [perfekten/idealen] Rahmen für
	147,45	12,91	11,3	den idealen Rahmen für	referencial	final	
Rat	78,96	22,49	13,2	mit Rat und Tat	referencial	modal	
Regel	300,58	32,49	1,4	in der Regel	referencial	modal	
Restaurants	126,83	37,49	29,4	Restaurants und Bars	referencial	servicio	(unsere) Restaurants und Bars
	134,91	18,33	15	unsere Restaurants und Bars	referencial	servicio	
Rezeption	105,43	6,25	5,9	an der Rezeption erhalten Sie	referencial	local	an [der/unserer] Rezeption (erhalten Sie)
	146,41	265,74	17,1	an der Rezeption	referencial	local	
	262,14	29,57	6,2	an unserer Rezeption	referencial	local	
Richtige	79,21	14,58	3,4	genau das Richtige für Sie	referencial	servicio	(genau) das Richtige (für) (Sie)
	147,75	24,57	5,1	genau das Richtige für	referencial	modal	
	272,48	33,74	5	genau das Richtige	referencial	modal	
	273,27	32,49	7	das Richtige für	referencial	modal	
rund um	26,65	18,33	14,3	rund um die Uhr geöffnet	referencial	temporal	(täglich) rund um die Uhr [geöffnet/besetzt]
	52,40	7,91	7,5	rund um die Uhr besetzt	referencial	temporal	
	62,02	9,58	8,3	täglich rund um die Uhr	referencial	temporal	
	141,46	149,11	7,5	rund um die Uhr	referencial	temporal	
	209,64	25,41	3,8	rund um das Hotel	referencial	local	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Samstag	163,93	32,07	22,1	Samstag und Sonntag	referencial	temporal	
schnell	251,94	21,66	16,8	schnell und bequem	referencial	modal	
schreiben	88,80	10,41	8,2	schreiben Sie uns eine E-Mail	comunicativa		schreiben Sie uns (eine E-Mail)
	252,94	38,32	11,5	schreiben Sie uns	comunicativa		
Seele	176,22	21,24	3,1	die Seele baumeln lassen	comunicativa	final	
Sehenswürdigkeiten	207,86	30,41	24,5	Sehenswürdigkeiten der Stadt	referencial	local	
Seite	130,95	49,57	6,8	auf der linken Seite	referencial	local	auf der [linken/rechten] Seite
	154,06	13,75	10,3	auf der rechten Straßenseite	referencial	local	auf der [rechten/linken] Straßenseite
	164,45	62,48	3,2	auf der rechten Seite	referencial	local	
	201,91	9,16	8,2	von seiner schönsten Seite	comunicativa	modal	
	228,62	12,08	2,7	auf der linken Straßenseite	referencial	local	
	232,14	34,99	5,7	auf dieser Seite	referencial	local	
servieren	188,25	10,41	9,4	gerne servieren wir Ihnen	comunicativa		
sich entspannen	279,69	36,65	10,4	entspannen Sie sich	comunicativa		
sich etwas lassen	81,37	15,83	5,1	lassen Sie sich von uns	comunicativa		lassen Sie sich (von uns) (verwöhnen)
	84,39	18,74	14,4	lässt keine Wünsche offen	referencial	servicio	
	173,85	324,05	55,1	lassen Sie sich	comunicativa		lassen Sie sich [verwöhnen/verzaubern]
	205,71	19,99	4,4	lassen Sie sich verwöhnen	comunicativa		
	235,28	14,58	5,5	lassen Sie sich verzaubern	comunicativa		
sich freuen auf	53,77	12,50	11,1	wir freuen uns auf Sie	comunicativa		wir freuen uns auf (Sie)

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	92,31	20,83	15,9	wir freuen uns auf	comunicativa		
	151,66	217,01	15,9	Wir freuen uns auf	comunicativa		
	157,12	69,98	14,5	freuen Sie sich auf	comunicativa		freuen Sie sich (auf)
	185,09	21,24	2,7	wir freuen uns darauf	comunicativa		
	190,65	84,97	15,7	freuen Sie sich	comunicativa		
	209	10,00	7,4	wir würden uns freuen	comunicativa		wir [würden/freuen] uns (freuen)
	221,42	400,69	2,7	wir freuen uns	comunicativa		
sich freuen über	120,47	29,99	17,6	wir freuen uns über	comunicativa		
sich handeln um	213,69	12,50	2,6	handelt es sich um	estructural	marcador	
sich informieren	283,49	38,32	12,2	informieren Sie sich	comunicativa	servicio	
sich kümmern	197,40	18,74	7,2	wir kümmern uns um	comunicativa		
sich sichern	182,25	71,64	25,5	sichern Sie sich	comunicativa		
sich überzeugen	168,48	22,08	7,2	überzeugen Sie sich selbst	comunicativa		
so	157,36	17,08	14	so erreichen Sie uns	comunicativa	modal	
Speisen	97,13	37,49	27,6	Speisen und Getränke	referencial	servicio	
Stadt, -stadt, City	210,05	13,75	11,8	in der Altstadt von	referencial	local	in der [Altstadt/ Innenstadt/ Hauptstadt/ City/ Stadt] (von)
	210,53	24,57	20,1	der historischen Altstadt	referencial	local	[der/ die] [historischen/ historische] Altstadt
	286,96	25,82	4,4	die historische Altstadt	referencial	local	
	266,22	27,07	14,3	durch die Stadt	referencial	local	
	267,37	10,41	7,8	in der Innenstadt von	referencial	local	
	276,48	27,49	16,2	in der Hauptstadt	referencial	local	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	279,05	29,16	18,5	in der City	referencial	local	
	281,02	110,38	4	in der Stadt	referencial	local	
	286,25	61,23	4	in der Altstadt	referencial	local	
	301,69	57,48	2,7	in der Innenstadt	referencial	local	
Start, Tag	14,46	24,16	21	guten Start in den Tag	referencial	modal	(für) [guten/ perfekten] Start in den Tag
	29,90	13,75	12,5	perfekten Start in den Tag	referencial	modal	
	54,60	20,41	6,9	für einen guten Start in	referencial	final	
	75,07	89,55	69,2	Start in den Tag	referencial		
starten	178,34	14,58	11,5	in den Tag starten	referencial	temporal	
Suche	59,77	18,74	15,1	Sie sind auf der Suche	comunicativa		(Sie sind) auf der Suche (nach)
	194,75	62,48	2,7	auf der Suche nach	referencial	modal	
Tag	159,94	12,50	9,8	nach einem anstrengenden Tag	referencial	temporal	nach einem [anstrengenden/ erlebnisreichen/ ereignisreichen/ langen] Tag
	180,19	147,03	98,3	in den Tag	referencial	temporal	
	190,48	16,66	5,1	nach einem erlebnisreichen Tag	referencial	temporal	
	197,34	14,99	5,2	nach einem ereignisreichen Tag	referencial	temporal	
	202,44	14,58	4,4	nach einem langen Tag	referencial		
Tagungen	148,44	34,99	30,1	Tagungen und Veranstaltungen	referencial	servicio	(unsere) Tagungen und Veranstaltungen
	220,57	9,58	9	unsere Tagungen und Veranstaltungen	referencial	servicio	
Terrasse	248,72	31,24	18,9	auf der Terrasse	referencial	local	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Tradition	222,38	22,91	18,5	Tradition und Moderne	referencial		
TV	204,16	32,91	13,2	TV mit Radio	referencial	equipamiento	
Übernachtung	233,87	23,33	20,1	Übernachtungen im Doppelzimmer	referencial	servicio	Übernachtung(en) im Doppelzimmer
	260,34	21,66	18,9	Übernachtung im Doppelzimmer	referencial	servicio	
Umgebung	234,04	76,64	14,1	in der Umgebung	referencial	local	
und	118,87	64,98	19,8	und vieles mehr	referencial	servicio	
Verbindung	312,37	25,41	6,5	in Verbindung mit	estructural		
Verfügbarkeit	155,08	56,65	6,9	je nach Verfügbarkeit	referencial	servicio	
Verfügung	156,64	34,15	9,1	zur Verfügung gestellt	referencial	servicio	
Verkehrsmittel	113,59	37,49	28,5	die öffentlichen Verkehrsmittel	referencial		(für) die öffentlichen Verkehrsmittel
	139,43	17,08	14,5	für die öffentlichen Verkehrsmittel	referencial	final	
Verständnis	89,84	5,83	5,7	wir bitten um Ihr Verständnis	comunicativa		
verwöhnen	171,96	20,83	18,1	verwöhnen wir Sie mit	comunicativa		
Vielzahl							
	262,12	32,91	3	eine Vielzahl an	referencial	cantidad	
von...aus	196,81	56,23	15,6	von hier aus	referencial	local	
von...bis	174,44	24,16	3,7	von Montag bis Freitag	referencial	temporal	
vor [local]	150,27	35,40	14,6	vor der Tür	referencial	local	vor der [Tür/Hotel/Haustür]
	179,31	62,48	45,6	vor dem Hotel	referencial	local	
	256,35	11,66	8,7	vor der Haustür	referencial	local	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
vor [temporal]	171,30	27,49	23,5	vor Ihrer Anreise	referencial	temporal	
Wahl	40,02	17,49	15	Sie haben die Wahl zwischen	comunicativa		Sie haben die Wahl (zwischen)
	79,48	7,50	7	haben Sie die Wahl zwischen	comunicativa		
	84,56	18,74	15,3	nach Wahl des Küchenchefs	referencial	modal	
	142,02	31,24	24,5	Sie haben die Wahl	comunicativa		
wählen	237,18	41,65	7,2	wählen Sie aus	comunicativa		
Wahrzeichen	203,96	24,57	18,7	Wahrzeichen der Stadt	referencial		
Website	218,82	25,41	17,7	auf unserer Website	referencial	local	
	222,91	8,75	8,3	Ihre Nutzung der Website	referencial		
Weg	214,28	8,75	6,2	nichts mehr im Wege	comunicativa		
Welt	330,87	19,99	7,6	in die Welt	referencial	local	
wert	127,05	14,16	11,4	immer eine Reise wert	referencial	opinión	
Wert	296,39	20,83	9,3	im Wert von	referencial	cantidad	
wie	236,80	33,74	4,1	wie zum Beispiel	marcador discursivo		
wie zu Hause	66,49	7,50	7,2	sich wie zu Hause fühlen	referencial	local	(sich) wie zu Hause (fühlen)
	73,89	19,16	16,6	wie zu Hause fühlen	comunicativa	modal	
	92,16	47,90	35,9	wie zu Hause	referencial	local	
willkommen	226,63	35,40	2,7	herzlich Willkommen im Hotel	comunicativa	local	(herzlich) Willkommen im Hotel
	285,11	72,06	3,1	willkommen im Hotel	comunicativa	local	
Wirkung	46,11	10,00	9,1	mit Wirkung für die Zukunft	referencial	modal	
WLAN	138,85	19,99	16,3	WLAN im gesamten Hotel	referencial	local	WLAN im [gesamten Hotel/ ganzen Haus]

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	218,77	8,75	8,3	WLAN im ganzen Haus	referencial		
Wort	87,70	6,25	4	im wahrsten Sinne des Wortes	estructural	modal	
Wunsch	180,26	20,83	3,1	ganz nach Ihren Wünschen	comunicativa	modal	
Zeit	223,34	25,41	7,2	in der Zeit von	referencial	temporal	in der Zeit (von)
	324,84	33,74	6,8	in der Zeit	referencial	temporal	
Zentrum	199,96	13,75	11,4	im Zentrum der Stadt	referencial	local	im Zentrum der (Stadt)
	202,57	101,21	7	im Zentrum von	referencial	local	
	297,9	23,74	16,8	Hotel im Zentrum	referencial	local	
Zimmer	70,63	12,08	9,3	alle Zimmer sind ausgestattet mit	referencial	equipamiento	
	95,08	44,15	34,6	alle Zimmer verfügen über	referencial		[alle/alle unsere/jedes/ die] Zimmer verfügen über
	96,09	6,25	6,2	alle unsere Zimmer verfügen über	referencial	equipamiento	
	97,78	28,32	22,9	alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer	referencial	modal	
	127,75	109,96	14,2	in allen Zimmern	referencial	local	in [allen/den] Zimmern
	129,11	65,81	53,7	im Zimmer der Eltern	referencial	local	
	158,5	32,49	21,9	Zimmer sind ausgestattet mit	referencial	equipamiento	
	159,36	26,66	22,2	Zimmer mit Verbindungstür	referencial	equipamiento	
	195,46	123,71	95,7	auf dem Zimmer	referencial	local	auf [dem/Ihrem] Zimmer
	203,15	10,41	8,9	jedes Zimmer verfügt über	referencial	equipamiento	
	211,18	13,75	11,3	die Zimmer verfügen über	referencial	equipamiento	
	243,78	44,57	33,3	Zimmer im Hotel	referencial	servicio-local	

Palabra clave	Valor mixto	frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	251,91	44,57	8	alle unsere Zimmer	referencial	equipamiento	
	261,3	50,82	3,8	auf Ihrem Zimmer	referencial	local	
	262,25	43,73	7,9	in den Zimmern	referencial	local	
	284,87	2,08	0	in allen Zimmer	referencial	local	
	297,24	84,97	2,7	Zimmer und Suiten	referencial	servicio	
	325,82	17,08	12,9	Zimmer mit Bad	referencial	equipamiento	
zögern	262,01	28,32	5,6	zögern Sie nicht	comunicativa		
zu Fuß	88,74	6,66	5,8	bequem zu Fuß zu erreichen	referencial	modal	bequem zu Fuß ([zu erreichen/ erreichbar])
	94,75	46,65	33,6	bequem zu Fuß	referencial	modal	
	111,75	20,41	16,4	zu Fuß zu erreichen	referencial	modal	
	191,2	28,32	19,9	zu Fuß erreichbar	referencial	modal	
Zuhause	214,96	22,49	19,9	Zuhause auf Zeit	referencial	temporal	

Anexo 7 - Listado de paquetes léxicos prototípicos ordenados por orden alfabético de palabras clave en KoDeHo , con indicación de variación

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	<i>Simple maths</i>	Paquete	Función	Función 2	Variación
abrunden	182,35	10,41	8,8	runden das Angebot ab	comunicativa		
Anfahrt	130,94	19,58	14,3	Anfahrt mit dem Auto	referencial	modal	
Anfrage	56,03	44,57	7,6	auf Anfrage und nach Verfügbarkeit	referencial	servicio	
Angebot	47,47	66,64	51,6	ein individuelles Angebot	referencial	servicio	ein individuelles Angebot (für)
Anreise	45,99	9,58	9	Anreise am Freitag oder Samstag	referencial	temporal	
	82,35	25,82	19,9	Anreise mit dem Flugzeug	referencial	modal	Anreise mit [dem/der] [Flugzeug/Zug/Bahn/Auto]
anrufen	66,58	16,24	7,2	rufen Sie uns an unter	comunicativa	modal	rufen Sie uns an (unter)
ansprechen	189,37	22,91	7,8	sprechen Sie uns an	comunicativa		
Art	214,61	25,41	9,8	der besonderen Art	referencial	modal	
Aufenthalt	15,94	18,33	15,8	Aufenthalt so angenehm wie möglich	referencial	modal	
	85,38	19,58	4,8	genießen Sie Ihren Aufenthalt in	comunicativa		
	101,22	17,49	15,1	für einen angenehmen Aufenthalt	referencial	final	für einen [angenehmen/längeren] Aufenthalt (in)

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	142,84	17,91	12,4	Ihren Aufenthalt bei uns	referencial	local	(für) (Ihren) Aufenthalt bei uns
	191,27	15,41	13,5	Aufenthalt in unserem Hotel	referencial	local	Aufenthalt in unserem [Hotel/ Haus]
	219,47	35,82	5,1	während Ihres Aufenthaltes	referencial	temporal	
	296,41	22,91	18,8	Aufenthalt im Hotel	referencial	servicio	
aus procedencia	54,64	67,48	27,3	aus aller Welt	referencial	local	(Gäste) aus [aller/der ganzen] Welt
	120,49	57,90	24,5	aus der Region	referencial	local	
Ausflug	52,96	10,83	9,4	machen Sie einen Ausflug in	comunicativa	local	
Ausgangspunkt	83,10	26,66	21,7	der ideale Ausgangspunkt für	referencial	local	[der, ein] [ideale/idealer] Ausgangspunkt (für)
Ausstattung	113,71	22,08	19,4	ausgestattet mit einem Doppelbett	referencial		
	310,06	21,24	18,5	Ausstattung der Zimmer	referencial	equipamiento	
Auswahl	185,46	64,14	4,5	eine große Auswahl	referencial	servicio	eine (große) Auswahl (an)
	231,98	9,58	8	mit einer großen Auswahl	referencial	modal	
Auszeit	59,46	10,00	7,9	gönnen Sie sich eine Auszeit	temporal		gönnen Sie sich eine Auszeit (vom Alltag)
Bad, Badezimmer	34,21	19,16	17	Badezimmer mit Dusche oder Badewanne	referencial	equipamiento	[Badezimmer, Bad] mit [Dusche/Badewanne/Bad] [oder/und] [Badewanne/Dusche/WC]
	226,82	10,41	9,2	ein Bad mit Dusche	referencial	equipamiento	
Bar	262,24	29,99	21,1	an der Bar	referencial	local	an [der/ unserer] [Bar/ Hotelbar]

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	<i>Simple maths</i>	Paquete	Función	Función 2	Variación
beachten	154,83	156,61	6,1	bitte beachten Sie	comunicativa		
Bedürfnisse	77,88	6,66	6,7	speziell auf die Bedürfnisse von	referencial	modal	
bei temporal	66,83	7,91	7,4	bei der Planung und Durchführung	referencial	temporal	bei der Planung (und Durchführung) (Ihrer Veranstaltung)
	232,91	49,98	9,5	bei der Buchung	referencial	temporal	
	252,02	37,49	14,3	bei schönem Wetter	referencial	temporal	
	293,71	22,49	18,1	bei der Reservierung	referencial	temporal	
bei uns	87,12	7,50	7,3	bei uns an der Rezeption	referencial	local	
	219,01	9,58	8,6	bei uns im Haus	referencial	local	bei uns im [Hotel/ Haus]
	244,99	20,41	2,7	bei uns können Sie	comunicativa	local	
beraten	94,49	34,57	27,1	gerne beraten wir Sie	comunicativa		wir beraten Sie gern(e)
Bereich	70,80	25,41	2,7	in allen Bereichen des Hotels	referencial	local	in [allen/ den öffentlichen] Bereichen (des Hotels)
Besuch	62,81	108,30	72,1	auf Ihren Besuch	referencial		
besuchen	259,32	24,57	3,9	besuchen Sie uns	comunicativa		
Bett	106,37	31,24	27	im Bett der Eltern	referencial	local	
	159,03	44,57	36,9	mit einem Doppelbett	referencial	equipamiento	
biegen	246,78	32,07	3,8	biegen Sie links	comunicativa	local	biegen Sie [rechts/ links]
bieten	90,29	188,27	79,7	bieten wir Ihnen	comunicativa	servicio	wir bieten [Ihnen/ unseren Gästen]
bis zu	96,71	51,65	41,2	bis zur Haltestelle	referencial	local	bis [zur/ zum] [Haltestelle/ Station/ Hotel]

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Blick	86,95	10,83	3,1	werfen Sie einen Blick auf	comunicativa	local	
	93,03	10,41	3,1	werfen Sie einen Blick in	comunicativa	local	
	105,49	16,66	14,4	Blick über die Dächer	referencial	local	(mit) Blick über die Dächer
	183,63	15,83	13,3	Blick auf die Stadt	referencial	local	Blick [auf/ über] die Stadt
	222,80	127,87	6,5	mit Blick auf	referencial	local	
	336,83	26,66	3,1	mit Blick über	referencial	local	
buchen	95,52	7,91	6,2	buchen Sie direkt bei uns	comunicativa	modal	buchen Sie direkt (bei uns)
	250,45	16,24	4,1	buchen Sie Ihr Zimmer	comunicativa		buchen Sie Ihr [Zimmer/ Hotel]
	289,51	37,49	3,1	buchen Sie jetzt	comunicativa	temporal	
Bügeleisen	192,97	23,33	20,4	Bügeleisen und Bügelbrett	referencial	equipamiento	
Dächer	63,76	10,83	8,6	über den Dächern der Stadt	referencial	local	über den Dächern [der Stadt/ Stadtname/ von+Stadtname]
direkt	176,65	39,15	27,8	direkt bei uns	referencial	local	
	176,75	17,08	4,8	direkt vor der Tür	referencial	local	
	205,88	27,07	3,1	direkt vor dem Hotel	referencial	local	direkt [vor dem/ im/ beim/ am] Hotel
Doppelzimmer	244,51	21,24	18,1	Doppelzimmer zur Einzelnutzung	referencial	equipamiento	
Dusche, Badewanne	77,20	7,91	7,6	Dusche oder Badewanne und WC	referencial	equipamiento	Dusche oder Badewanne (und WC)
	117,99	35,82	29,4	mit Dusche oder Badewanne	referencial	equipamiento	mit Dusche oder [Badewanne/ Bad]

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	<i>Simple maths</i>	Paquete	Función	Función 2	Variación
	127,49	18,74	15,8	Dusche oder Bad	referencial	equipamiento	
	245,28	9,58	8,9	mit Dusche und Badewanne	referencial	modal	(mit) Dusche und Badewanne
Ecke	230,65	24,57	12,4	um die Ecke	referencial	local	
eintauchen	162,15	36,24	9,4	tauchen Sie ein in	comunicativa		tauchen Sie ein (in)
entfernt	72,10	7,08	6,9	wenige Gehminuten vom Hotel entfernt	referencial	local	
	217,71	99,96	3,8	vom Hotel entfernt	referencial	local	
Entfernung	53,35	169,94	142,8	Entfernung vom Hotel	referencial	local	
erfahren	177,23	27,91	7,9	erfahren Sie mehr über	comunicativa		erfahren Sie mehr (über)
erhalten	54,90	18,74	16,6	erhalten Sie an der Rezeption	comunicativa	local	
Erlebnis	46,69	27,07	21,2	zu einem unvergesslichen Erlebnis	comunicativa	final	
erreichen	217,89	12,91	11,8	erreichen Sie das Hotel	comunicativa		
	222	10,00	8,9	erreichen Sie zu Fuß	comunicativa	modal	
es gibt	73,22	7,50	6,7	gibt es viel zu entdecken	referencial	cantidad	
Essen	289,90	25,82	3,1	Essen und Trinken	referencial	servicio	
Fall	321,85	22,91	1,6	auf jeden Fall	estructural		
Familie	162,55	14,99	11,3	mit der ganzen Familie	referencial	modal	mit [der (ganzen)/ Ihrer] Familie
	200,55	24,99	15,2	Familien mit Kindern	referencial		
Fernseher	367,59	20,41	4,1	Flachbildfernseher mit Kabel-TV	referencial	equipamiento	

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
finden	55,69	11,25	10,3	hier finden Sie alle Informationen	comunicativa	local-servicio	
	180,44	17,91	12,2	so finden Sie uns	comunicativa	modal	[so/ hier] finden Sie uns
fragen	317,55	23,74	5,7	fragen Sie uns	comunicativa	servicio	
Frühstück	68,75	57,06	43,4	Frühstück vom Buffet	referencial	servicio	(reichhaltiges) Frühstück vom Buffet
	200,70	9,16	8,3	mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet	referencial	servicio	mit [unserem/ einem] reichhaltigen Frühstück(sbuffet)
	215,38	36,65	12,2	unser reichhaltiges Frühstücksbuffet	referencial	servicio	[unser/ ein] reichhaltiges Frühstück(sbuffet)
	304,22	23,33	15,9	Frühstück im Hotel	referencial	servicio	
für	66,35	18,33	13,3	wir sind für Sie da	comunicativa	final	
	84,75	9,16	8,2	für Sie und Ihre Gäste	comunicativa	final	(für) Sie und Ihre Gäste
	89,47	5,83	5,4	für jeden Geschmack etwas dabei	referencial	final	für jeden Geschmack (etwas) (dabei)
	154,47	12,50	9,6	für jeden etwas dabei	comunicativa	final	
	161,17	66,23	3,8	für die ganze Familie	referencial	final	
	169,33	13,75	9,7	für Familien mit Kindern	referencial	final	
	184,45	14,16	8,6	für Groß und Klein	referencial	modal	
	186,41	91,63	16,8	für unsere Gäste	referencial	final	
	256,67	45,82	3,4	für zwei Personen	referencial	cantidad	
für [servicios]	202,68	65,81	4,8	für Ihre Veranstaltung	comunicativa	final	für [Ihre/ Ihr] [Veranstaltung/ Feier/ Seminar/ Tagung]

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	246,26	36,24	3	für jeden Anlass	referencial	final	
Gast	172,06	29,16	23,9	Sie und Ihre Gäste	comunicativa		
	181,65	11,66	9,4	das sagen unsere Gäste	referencial		
	199,92	11,25	8,6	seien Sie unser Gast	comunicativa		
	289,82	20,41	17,3	Sie als Gast	comunicativa		
Gebühr	173,67	11,25	9,5	gegen eine Gebühr von	referencial	modal	
Größe	207,48	33,74	4,1	mit einer Größe von	referencial	cantidad	
Haus	203,16	39,15	5,5	im ganzen Haus	referencial	local	im [ganzen/ gesamten] Haus
helfen	76,64	7,91	6,5	wir helfen Ihnen gerne weiter	comunicativa	servicio	gerne helfen wir Ihnen (weiter)
Herz	121,64	14,99	11,3	was das Herz begehrt	referencial	servicio	
Herzen	183,94	102,88	9,1	im Herzen von	referencial	local	im Herzen von
	192,73	37,90	4,8	im Herzen der Stadt	referencial		im Herzen der (Stadt)
Höhe	263,11	31,24	5,9	in Höhe von	referencial	cantidad	
Hotel	194,76	128,29	5,9	im gesamten Hotel	referencial	local	im [gesamten/ ganzen] Hotel
	279,36	46,65	4,5	von unserem Hotel	referencial	local	[von/ zu] unserem Hotel
Hotel, Haus	92,98	17,08	3,1	das Hotel befindet sich auf	referencial	local	[das/ unser] Hotel befindet sich [auf/ in]
	126,02	14,58	13,1	unser Haus verfügt über	referencial	equipamiento	[unser Haus/ das Hotel] verfügt über
immer	240,84	11,25	8,5	immer für Sie da	comunicativa	temporal	
in local	184,03	86,22	8,8	in unserem Haus	referencial	local	in unserem [Haus/ Restaurant/ Hotel]

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	239,30	44,98	5,8	in jedem Zimmer	referencial	local	in [jedem/ Ihrem] Zimmer
	251,47	84,14	5,1	in der Lobby	referencial	local	in der [Lobby/ Tiefgarage/ Bar/ Sauna]
Informationen	92,85	6,66	6,5	weitere Informationen finden Sie in	comunicativa	local	(weitere) Informationen finden Sie [in/ hier]
	262,38	11,25	2,7	weitere Informationen erhalten Sie	referencial		
	271,36	22,91	6,9	weitere Informationen zu	referencial	servicio	
Jahr	106,67	19,99	11,4	das ganze Jahr über	referencial	temporal	das ganze Jahr (über)
	214,62	22,08	2,9	in den letzten Jahren	referencial		
Kaffe	125,14	72,47	43,8	Kaffee und Tee	referencial	servicio	
Kostenlos, kostenfrei	50,30	10,83	9	kostenfrei im Bett der Eltern	referencial	local-servicio	[kostenfrei/ kostenlos] im [Bett/ Zimmer] der Eltern
Kunst	116,70	44,15	26,8	Kunst und Kultur	referencial	servicio	
Lage	129,82	52,90	43,6	Lage des Hotels	referencial	local	
	133,84	45,40	17,3	die zentrale Lage	referencial	local	(durch) die zentrale Lage
	232,37	40,82	3,1	in zentraler Lage	referencial	local	
Liebe	39	28,74	21,2	viel Liebe zum Detail	referencial	modal	(mit) (viel) Liebe zum Detail
Lust	141,23	13,33	9,7	nach Lust und Laune	comunicativa	modal	
Mineralwasser	42,11	12,50	11,5	Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer	referencial	servicio	(eine) Flasche Mineralwasser (auf dem Zimmer)
Minuten	86,78	7,08	6,1	in wenigen Minuten zu Fuß	referencial	temporal	in (nur) wenigen (Geh)minuten (zu Fuß)

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	<i>Simple maths</i>	Paquete	Función	Función 2	Variación
mit Verkehrsmittel	110,48	16,66	14,3	mit dem Auto anreisen	referencial	modal	
	143,95	77,06	4,8	mit den öffentlichen Verkehrsmitteln	referencial	modal	mit (den) öffentlichen Verkehrsmitteln
	168,79	219,09	6,6	mit dem Auto	referencial	modal	mit [dem, der] [Auto/ Bus/ Fahrrad/ Zug/ Flugzeug/ Taxi/ Straßenbahn/ PKW/ Bahn/ Rad/ S-Bahn]
mitten	194,07	14,16	11,6	mitten in der Altstadt	referencial	local	mitten in der (Alt)stadt
Nähe	52,71	16,66	13,9	in der Nähe unseres Hotels	referencial	local	in [der/ unmittelbarer] Nähe [unseres/ des] Hotels
	198,97	27,91	5,5	ganz in der Nähe	referencial	local	(ganz) in der Nähe (von)
	327,88	4,58	4,3	die Nähe zu	referencial	local	
Niveau	93,17	42,90	26	auf höchstem Niveau	comunicativa	calidad	
nur	143,30	53,31	9,9	nur wenige Gehminuten	referencial	temporal	nur wenige (Geh)minuten (entfernt)
	167,47	19,99	4,5	nur wenige Schritte vom	referencial	local	nur [wenige/ ein paar] Schritte (vom)
	311,02	30,82	4	nicht nur für	estructural	final	
Ort	251,10	12,50	3,1	der perfekte Ort für	referencial	local	der [perfekte/ ideale] Ort (für)
Person, Preis, pro	35,36	13,33	12,5	Preise verstehen sich pro Zimmer	referencial		Preise (verstehen sich) pro Zimmer
	41,01	115,79	81,9	Preis pro Person	referencial	modal	
	80,02	7,50	6,2	alle Preise verstehen sich inklusive	referencial		
	135,52	32,91	26,7	pro Person und Tag	referencial	cantidad	pro [Person/ Zimmer] und [Tag/ Nacht]

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	171,85	48,32	36,1	Person im Doppelzimmer	referencial	servicio	
	183,63	42,49	23,1	zum Preis von	referencial	cantidad	
Platz	251,81	20,41	16,6	ausreichend Platz für	referencial	final	
profitieren	191,29	69,14	24,8	profitieren Sie von	comunicativa		
Rahmen	106,54	16,24	14,4	den perfekten Rahmen für	referencial		den [perfekten/ idealen] Rahmen für
Rat	78,96	22,49	13,2	mit Rat und Tat	referencial	modal	
Regel	300,58	32,49	1,4	in der Regel	referencial	modal	
Restaurants	126,83	37,49	29,4	Restaurants und Bars	referencial	servicio	(unsere) Restaurants und Bars
Rezeption	105,43	6,25	5,9	an der Rezeption erhalten Sie	referencial	local	an [der/ unserer] Rezeption (erhalten Sie)
Richtige	79,21	14,58	3,4	genau das Richtige für Sie	referencial	servicio	(genau) das Richtige (für) (Sie)
rund um	26,65	18,33	14,3	rund um die Uhr geöffnet	referencial	temporal	(täglich) rund um die Uhr [geöffnet/ besetzt]
	209,64	25,41	3,8	rund um das Hotel	referencial	local	
Samstag	163,93	32,07	22,1	Samstag und Sonntag	referencial	temporal	
schnell	251,94	21,66	16,8	schnell und bequem	referencial	modal	
schreiben	88,80	10,41	8,2	schreiben Sie uns eine E-Mail	comunicativa		schreiben Sie uns (eine E-Mail)
Seele	176,22	21,24	3,1	die Seele baumeln lassen	comunicativa	final	
Sehenswürdigkeiten	207,86	30,41	24,5	Sehenswürdigkeiten der Stadt	referencial	local	
Seite	130,95	49,57	6,8	auf der linken Seite	referencial	local	auf der [linken/ rechten] Seite

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
	154,06	13,75	10,3	auf der rechten Straßenseite	referencial	local	auf der [rechten/ linken] Straßenseite
	201,91	9,16	8,2	von seiner schönsten Seite	comunicativa	modal	
	232,14	34,99	5,7	auf dieser Seite	referencial	local	
servieren	188,25	10,41	9,4	gerne servieren wir Ihnen	comunicativa		
sich entspannen	279,69	36,65	10,4	entspannen Sie sich	comunicativa		
sich etwas lassen	81,37	15,83	5,1	lassen Sie sich von uns	comunicativa		lassen Sie sich (von uns) (verwöhnen)
	84,39	18,74	14,4	lässt keine Wünsche offen	referencial		servicio
	173,85	324,05	55,1	lassen Sie sich	comunicativa		lassen Sie sich [verwöhnen/ verzaubern]
sich freuen auf	53,77	12,50	11,1	wir freuen uns auf Sie	comunicativa		wir freuen uns auf (Sie)
	157,12	69,98	14,5	freuen Sie sich auf	comunicativa		freuen Sie sich (auf)
	185,09	21,24	2,7	wir freuen uns darauf	comunicativa		
	209	10,00	7,4	wir würden uns freuen	comunicativa		wir [würden/ freuen] uns freuen
sich freuen über	120,47	29,99	17,6	wir freuen uns über	comunicativa		
sich handeln um	213,69	12,50	2,6	handelt es sich um	estructural	marcador	
sich informieren	283,49	38,32	12,2	informieren Sie sich	comunicativa	servicio	
sich kümmern	197,40	18,74	7,2	wir kümmern uns um	comunicativa		
sich sichern	182,25	71,64	25,5	sichern Sie sich	comunicativa		
sich überzeugen	168,48	22,08	7,2	überzeugen Sie sich selbst	comunicativa		
so...wie	21,12	34,99	28	so angenehm wie möglich	comunicativa	modal	
	157,36	17,08	14	so erreichen Sie uns	comunicativa	modal	

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Speisen	97,13	37,49	27,6	Speisen und Getränke	referencial	servicio	
Stadt, -stadt	210,05	13,75	11,8	in der Altstadt von	referencial	local	in der [Altstadt/ Innenstadt/ Hauptstadt/ City/ Stadt] (von)
	210,53	24,57	20,1	der historischen Altstadt	referencial	local	[der/ die] [historischen/ historische] Altstadt
Start	14,46	24,16	21	guten Start in den Tag	referencial	modal	(für) [guten/ perfekten] Start in den Tag
starten	178,34	14,58	11,5	in den Tag starten	referencial	temporal	
Suche	59,77	18,74	15,1	Sie sind auf der Suche	comunicativa		(Sie sind) auf der Suche (nach)
Tag	159,94	12,50	9,8	nach einem anstrengenden Tag	referencial	temporal	nach einem [anstrengenden/ erlebnisreichen/ ereignisreichen/ langen] Tag
Tagungen	148,44	34,99	30,1	Tagungen und Veranstaltungen	referencial	servicio	(unsere) Tagungen und Veranstaltungen
Terrasse	248,72	31,24	18,9	auf der Terrasse	referencial	local	
Tradition	222,38	22,91	18,5	Tradition und Moderne	referencial		
TV	204,16	32,91	13,2	TV mit Radio	referencial	equipamiento	
Übernachtung	233,87	23,33	20,1	Übernachtungen im Doppelzimmer	referencial	servicio	Übernachtung(en) im Doppelzimmer
Umgebung	234,04	76,64	14,1	in der Umgebung	referencial	local	
und	118,87	64,98	19,8	und vieles mehr	referencial	servicio	
Verbindung	312,37	25,41	6,5	in Verbindung mit	estructural		

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
Verfügbarkeit	155,08	56,65	6,9	je nach Verfügbarkeit	referencial	servicio	
Verfügung	156,64	34,15	9,1	zur Verfügung gestellt	referencial	servicio	
Verkehrsmittel	113,59	37,49	28,5	die öffentlichen Verkehrsmittel	referencial		(für) die öffentlichen Verkehrsmittel
Verständnis	89,84	5,83	5,7	wir bitten um Ihr Verständnis	comunicativa		
verwöhnen	171,96	20,83	18,1	verwöhnen wir Sie mit	comunicativa		
	262,12	32,91	3	eine Vielzahl an	referencial	cantidad	
von...aus	196,81	56,23	15,6	von hier aus	referencial	local	
von...bis	174,44	24,16	3,7	von Montag bis Freitag	referencial	temporal	
vor local	150,27	35,40	14,6	vor der Tür	referencial	local	vor der [Tür/ Hotel/ Haustür]
vor temporal	171,30	27,49	23,5	vor Ihrer Anreise	referencial	temporal	
Wahl	40,02	17,49	15	Sie haben die Wahl zwischen	comunicativa		Sie haben die Wahl (zwischen)
	84,56	18,74	15,3	nach Wahl des Küchenchefs	referencial	modal	
wählen	237,18	41,65	7,2	wählen Sie aus	comunicativa		
Wahrzeichen	203,96	24,57	18,7	Wahrzeichen der Stadt	referencial		
Website	218,82	25,41	17,7	auf unserer Website	referencial	local	
	222,91	8,75	8,3	Ihre Nutzung der Website	referencial		
Weg	214,28	8,75	6,2	nichts mehr im Wege	comunicativa		
Welt	330,87	19,99	7,6	in die Welt	referencial	local	
wert	127,05	14,16	11,4	immer eine Reise wert	referencial	opinión	
Wert	296,39	20,83	9,3	im Wert von	referencial	cantidad	

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	Simple maths	Paquete	Función	Función 2	Variación
wie	236,80	33,74	4,1	wie zum Beispiel	marcador discursivo		
wie zu Hause	66,49	7,50	7,2	sich wie zu Hause fühlen	referencial	local	sich wie zu Hause fühlen
willkommen	226,63	35,40	2,7	herzlich Willkommen im Hotel	comunicativa	local	(herzlich) Willkommen im Hotel
Wirkung	46,11	10,00	9,1	mit Wirkung für die Zukunft	referencial	modal	
WLAN	138,85	19,99	16,3	WLAN im gesamten Hotel	referencial	local	WLAN im [gesamten Hotel/ ganzen Haus]
Wort	87,70	6,25	4	im wahrsten Sinne des Wortes	estructural	modal	
Wünsch	180,26	20,83	3,1	ganz nach Ihren Wünschen	comunicativa	modal	
Zeit	223,34	25,41	7,2	in der Zeit von	referencial	temporal	in der Zeit (von)
Zentrum	199,96	13,75	11,4	im Zentrum der Stadt	referencial	local	im Zentrum der (Stadt)
	202,57	101,21	7	im Zentrum von	referencial	local	
	297,9	23,74	16,8	Hotel im Zentrum	referencial	local	
Zimmer	70,63	12,08	9,3	alle Zimmer sind ausgestattet mit	referencial	equipamiento	
	95,08	44,15	34,6	alle Zimmer verfügen über	referencial		[alle/ alle unsere/ jedes/ die] Zimmer verfügen über
	97,78	28,32	22,9	alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer	referencial	modal	
	127,75	109,96	14,2	in allen Zimmern	referencial	local	in [allen/ den] Zimmern
	129,11	65,81	53,7	im Zimmer der Eltern	referencial	local	
	159,36	26,66	22,2	Zimmer mit Verbindungstür	referencial	equipamiento	
	195,46	123,71	95,7	auf dem Zimmer	referencial	local	auf [dem/ Ihrem] Zimmer
	243,78	44,57	33,3	Zimmer im Hotel	referencial	servicio-local	

Palabra clave	Valor mixto	Frec norm	<i>Simple maths</i>	Paquete	Función	Función 2	Variación
	251,91	44,57	8	alle unsere Zimmer	referencial	equipamiento	
	297,24	84,97	2,7	Zimmer und Suiten	referencial	servicio	
	325,82	17,08	12,9	Zimmer mit Bad	referencial	equipamiento	
zögern	262,01	28,32	5,6	zögern Sie nicht	comunicativa		
zu Fuß	88,74	6,66	5,8	bequem zu Fuß zu erreichen	referencial	modal	bequem zu Fuß ([zu erreichen/ erreichbar])
Zuhause	214,96	22,49	19,9	Zuhause auf Zeit	referencial	temporal	

Anexo 8 - Listado de paquetes de tres palabras ordenados por orden alfabético con valores de frecuencia normalizada y MI por países en KoDeHo

Valor significativamente menor respecto a los otros países
Valor significativamente mayor respecto a los otros países
Valor positivo mientras respecto uno o dos países con valor 0
Valor 0

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
alle unsere Zimmer	37.51	10.71	41.40	11.70	40.93	10.11
an der Bar	22.23	9.37	58.65	10.15	26.17	9.11
an der Hotelbar	26.40	11.77	31.05	12.61	16.10	10.73
an der Rezeption	368.15	13.13	158.70	13.10	219.39	13.01
an unserer Hotelbar	9.72	14.23	24.15	15.87	28.18	14.84
an unserer Rezeption	27.78	13.30	17.25	13.52	30.86	13.47
auf dem Zimmer	29.17	7.84	158.70	10.52	154.31	10.04
auf der Terrasse	23.62	9.83	65.55	10.36	26.17	9.83
auf die Stadt	37.51	7.99	79.35	9.11	18.79	7.43
auf dieser Seite	22.23	14.51	37.95	15.55	38.24	15.26
auf einen Blick	63.90	12.46	37.95	10.99	81.85	12.27

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
auf höchstem Niveau	40.29	21.16	58.65	21.07	37.57	21.67
auf Ihre Anfrage	31.95	11.53	10.35	9.66	37.57	11.69
auf Ihrem Zimmer	40.29	10.90	41.40	11.20	54.34	11.22
auf Ihren Besuch	79.19	14.57	103.50	14.72	116.07	14.96
auf jeden Fall	19.45	16.12	17.25	16.65	24.15	16.69
auf unserer Website	27.78	13.22	31.05	13.20	21.47	12.81
Aufenthalt bei uns	33.34	12.16	44.85	12.84	44.95	12.47
Aufenthalt im Hotel	33.34	9.14	34.50	9.22	15.43	7.91
aus aller Welt	88.91	18.21	72.45	18.91	51.66	18.75
aus der Region	44.46	13.14	86.25	13.59	57.70	13.72
ausreichend Platz für	23.62	15.68	10.35	15.97	19.46	15.11
Ausstattung der Zimmer	43.07	9.75	6.90	7.88	15.43	8.01
Bad mit Badewanne	22.23	13.86	41.40	13.70	37.57	13.80
Bad mit Dusche	84.74	14.46	62.10	13.45	132.17	14.72
Bad oder Dusche	26.40	13.93	103.50	15.46	36.23	13.88
Bademantel und Slipper	9.72	18.16	44.85	16.92	44.95	17.93
Badewanne oder Dusche	33.34	15.21	55.20	15.00	75.81	15.87
Badezimmer mit Bad	30.56	13.62	51.75	13.52	52.33	13.34
Badezimmer mit Badewanne	30.56	14.56	27.60	13.06	49.65	14.19
Badezimmer mit Dusche	87.52	14.75	86.25	13.86	120.09	14.56

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
bei der Buchung	22.23	10.13	37.95	11.67	63.06	10.86
bei der Planung	48.62	12.92	44.85	13.22	55.68	12.93
bei der Reservierung	41.68	11.25	6.90	9.58	15.43	9.38
bei schönem Wetter	19.45	21.44	51.75	21.17	40.93	20.61
bequem zu Fuß	47.23	16.13	3.45	15.54	43.61	16.46
besuchen Sie uns	26.40	11.65	34.50	12.30	52.33	12.29
biegen Sie links	31.95	14.57	17.25	16.23	32.87	15.14
biegen Sie rechts	26.40	14.61	13.80	16.69	30.86	15.58
bieten wir Ihnen	109.75	13.18	134.55	13.46	223.41	13.38
bis zum Hotel	43.07	8.24	0.00	0.00	15.43	6.56
bis zur Haltestelle	31.95	13.29	27.60	14.94	61.72	14.17
bis zur Station	95.86	14.30	3.45	13.52	7.38	11.59
bitte beachten Sie	129.20	16.08	100.05	16.23	170.41	15.94
buchen Sie direkt	23.62	10.07	82.80	11.19	34.89	10.38
buchen Sie jetzt	23.62	10.66	48.30	10.67	39.58	11.31
Bügeleisen und Bügelbrett	2.78	17.79	6.90	18.31	35.56	17.96
das ganze Jahr	38.90	15.46	48.30	15.76	26.84	16.43
das Richtige für	20.84	10.81	31.05	11.67	35.56	11.72
der besonderen Art	29.17	14.78	37.95	13.80	19.46	14.72
der historischen Altstadt	23.62	12.31	31.05	13.13	22.14	13.72
der ideale Ausgangspunkt	41.68	15.99	13.80	14.93	36.90	16.42

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
der ideale Ort	19.45	13.60	75.90	15.05	17.44	14.13
die historische Altstadt	12.50	12.06	55.20	14.51	24.82	14.58
die Nähe zu	31.95	9.02	24.15	9.89	22.14	8.93
die öffentlichen Verkehrsmittel	38.90	14.93	17.25	14.40	40.93	15.79
die zentrale Lage	48.62	14.00	13.80	15.04	46.96	14.17
direkt am Hotel	6.95	7.81	0.00	0.00	54.34	10.63
direkt bei uns	47.23	11.80	17.25	11.02	36.90	11.55
direkt beim Hotel	51.40	12.66	17.25	11.89	7.38	10.96
direkt im Hotel	50.01	8.86	20.70	8.04	20.80	7.71
Doppelzimmer zur Einzelnutzung	26.40	17.32	37.95	17.99	12.75	17.00
durch die Stadt	31.95	9.87	24.15	9.79	23.48	10.05
Dusche oder Bad	97.25	15.81	75.90	15.01	77.15	14.97
Dusche oder Badewanne	81.96	16.51	55.20	15.00	57.70	15.48
Dusche und Badewanne	15.28	11.79	24.15	11.44	28.85	12.36
Dusche und WC	76.41	13.77	165.60	15.61	72.46	13.96
ein individuelles Angebot	18.06	16.00	27.60	15.74	93.93	17.07
ein reichhaltiges Frühstück	50.01	14.96	10.35	12.52	44.28	14.32
ein reichhaltiges Frühstücksbuffet	43.07	15.61	3.45	12.21	29.52	14.87
eine Auswahl an	40.29	13.08	34.50	12.47	48.98	12.79
eine Flasche Mineralwasser	5.56	17.15	10.35	13.97	44.28	16.59

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
eine große Auswahl	43.07	16.18	6.90	16.14	75.81	16.04
eine Vielzahl an	55.57	15.45	17.25	14.59	22.81	13.98
Entfernung vom Hotel	0.00	0.00	20.70	14.30	269.70	15.11
entspannen Sie sich	25.01	10.58	86.25	11.36	30.19	10.20
erfahren Sie mehr	43.07	11.20	62.10	12.07	104.66	12.38
Essen und Trinken	26.40	16.08	27.60	15.93	23.48	16.02
Familien mit Kind	22.23	16.69	17.25	17.16	28.85	16.62
Familien mit Kindern	20.84	16.62	17.25	17.39	26.17	17.12
Flachbildfernseher mit Kabel-TV	4.17	17.59	0.00	0.00	30.86	17.94
fragen Sie uns	13.89	10.05	20.70	10.91	41.60	10.92
freuen Sie sich	86.13	10.89	93.15	10.68	91.24	10.85
Frühstück im Hotel	47.23	8.97	20.70	7.98	12.08	6.71
Frühstück vom Buffet	38.90	16.34	65.55	16.24	71.79	16.66
für Ihr Seminar	94.47	15.45	27.60	12.01	0.00	0.00
für Ihre Feier	33.34	13.68	6.90	13.77	29.52	13.18
für Ihre Tagung	20.84	14.09	6.90	11.09	50.32	12.73
für Ihre Veranstaltung	56.96	13.16	31.05	12.45	93.93	13.37
für Ihren Aufenthalt	65.29	12.45	79.35	12.24	72.46	12.54
für jeden Anlass	19.45	16.76	27.60	14.66	43.61	16.99
für jeden Geschmack	58.35	17.23	58.65	17.46	45.62	17.43
für unsere Gäste	129.20	12.05	17.25	9.79	83.19	11.29

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
für zwei Personen	29.17	12.22	44.85	11.65	50.99	12.18
genau das Richtige	29.17	17.22	37.95	17.60	32.87	17.62
Hotel im Zentrum	34.73	9.35	20.70	9.98	27.51	9.85
im ganzen Haus	30.56	14.06	79.35	15.74	34.89	15.15
im ganzen Hotel	48.62	11.53	62.10	11.44	19.46	10.58
im gesamten Haus	33.34	13.82	13.80	14.43	34.89	14.13
im gesamten Hotel	115.31	12.41	37.95	11.95	159.00	12.60
im Herzen der	97.25	10.63	134.55	11.15	118.75	10.98
im Herzen von	88.91	11.91	82.80	11.73	105.33	12.18
im Wert von	18.06	10.53	96.60	12.93	6.04	9.88
im Zentrum von	154.21	11.66	82.80	11.89	71.79	11.81
in allen Bereichen	27.78	15.21	17.25	14.49	51.66	15.51
in allen Zimmer	98.64	11.27	58.65	10.89	124.12	11.13
in allen Zimmern	94.47	14.76	51.75	14.62	120.09	14.72
in den Tag	155.59	10.44	75.90	9.96	158.33	10.56
in den Zimmern	36.12	9.65	24.15	9.78	46.96	9.96
in der Altstadt	94.47	8.09	96.60	9.10	35.56	8.50
in der Bar	12.50	6.14	69.00	8.30	29.52	6.89
in der City	13.89	6.17	13.80	6.65	38.24	7.56
in der Hauptstadt	13.89	8.53	24.15	10.63	32.20	9.91

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
in der Innenstadt	47.23	9.46	27.60	10.47	64.41	9.88
in der Lobby	83.35	10.31	103.50	10.60	75.14	10.20
in der Nähe	188.94	10.23	103.50	10.73	230.12	10.88
in der Regel	23.62	11.53	17.25	11.99	37.57	11.80
in der Sauna	29.17	8.66	17.25	8.46	20.80	7.90
in der Stadt	158.37	8.57	193.20	9.40	80.51	8.25
in der Tiefgarage	15.28	8.38	34.50	10.27	28.85	9.13
in der Umgebung	72.24	9.27	41.40	9.56	80.51	9.59
in der Zeit	27.78	7.30	17.25	6.79	38.91	8.22
in die Welt	23.62	7.82	24.15	8.43	21.47	8.34
in Höhe von	9.72	9.79	13.80	9.68	42.94	11.52
in Ihrem Zimmer	41.68	9.53	37.95	10.13	42.94	9.61
in jedem Zimmer	36.12	11.23	65.55	12.03	42.27	11.30
in Kombination mit	16.67	9.75	69.00	11.25	19.46	10.06
in unmittelbarer Nähe	195.88	16.66	106.95	18.04	134.18	16.81
in unserem Haus	90.30	12.19	24.15	11.80	134.18	12.66
in unserem Hotel	126.42	9.48	86.25	9.69	181.81	9.37
in unserem Restaurant	20.84	9.75	89.70	11.57	120.09	11.41
in Verbindung mit	20.84	9.40	24.15	10.49	25.49	10.06
in wenigen Minuten	63.90	14.99	37.95	15.50	49.65	14.92

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
in zentraler Lage	38.90	15.44	10.35	14.79	44.95	15.22
informieren Sie sich	44.46	12.12	17.25	11.53	36.90	12.19
je nach Verfügbarkeit	41.68	17.96	41.40	17.02	63.06	17.81
Kaffee oder Tee	4.17	13.58	31.05	15.26	24.82	15.47
Kaffee und Tee	40.29	14.56	65.55	13.97	63.06	14.70
kontaktieren Sie uns	106.97	13.92	224.25	14.06	107.34	13.84
Kunst und Kultur	79.19	14.86	20.70	14.09	27.51	14.63
Lage des Hotels	48.62	13.70	17.25	13.48	61.05	12.89
lassen Sie sich	234.78	12.28	455.40	12.55	328.07	12.32
Liebe zum Detail	55.57	20.08	55.20	20.68	55.68	20.11
mit Blick auf	102.80	10.99	193.20	11.17	124.12	10.70
mit Blick über	18.06	9.51	13.80	8.50	30.86	9.81
mit dem Auto	262.57	13.52	144.90	13.58	200.60	13.75
mit dem Bus	70.85	12.15	17.25	10.94	47.63	12.10
mit dem Fahrrad	59.74	12.94	6.90	13.55	32.87	13.14
mit dem Flugzeug	70.85	13.78	48.30	13.95	42.94	13.82
mit dem PKW	16.67	12.38	17.25	14.14	40.25	13.02
mit dem Rad	41.68	13.40	3.45	12.55	20.80	13.98
mit dem Taxi	52.79	12.85	24.15	12.19	22.81	12.63
mit dem Zug	48.62	13.40	58.65	13.58	22.81	13.64
mit der Bahn	86.13	11.41	51.75	10.31	71.12	10.97

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
mit der Familie	19.45	7.29	10.35	7.31	30.19	8.87
mit der S-Bahn	11.11	10.35	24.15	11.90	50.32	10.34
mit der Straßenbahn	45.84	10.65	44.85	11.69	44.95	11.28
mit der U-Bahn	97.25	10.60	0.00	0.00	41.60	10.43
mit einem Doppelbett	27.78	11.60	20.70	11.23	54.34	12.06
mit Ihrer Familie	19.45	11.90	27.60	12.83	22.81	12.50
mit öffentlichen Verkehrsmitteln	68.07	16.62	37.95	16.17	65.75	16.32
nicht nur für	26.40	9.19	34.50	10.69	30.86	9.99
nur ein paar	29.17	14.11	20.70	14.05	25.49	14.49
nur wenige Gehminuten	63.90	18.48	34.50	19.30	48.30	19.37
nur wenige Minuten	34.73	16.64	20.70	17.07	36.23	17.36
nur wenige Schritte	36.12	19.88	51.75	21.20	37.57	20.55
Person im Doppelzimmer	31.95	11.75	100.05	12.08	33.55	11.64
Person und Tag	38.90	10.86	34.50	10.13	34.89	10.45
Preis pro Person	84.74	16.53	162.15	16.53	132.17	16.90
Preise pro Zimmer	18.06	11.98	55.20	13.11	29.52	11.83
profitieren Sie von	27.78	11.56	203.55	11.93	58.37	12.37
Restaurants und Bars	16.67	15.27	37.95	14.39	44.28	14.12
Samstag und Sonntag	11.11	14.22	48.30	13.29	35.56	14.58
schnell und bequem	20.84	13.69	6.90	12.57	23.48	13.49

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
schreiben Sie uns	37.51	13.67	24.15	12.57	38.91	13.07
Sehenswürdigkeiten der Stadt	45.84	11.74	10.35	11.41	25.49	12.02
sichern Sie sich	69.46	13.29	13.80	12.46	79.84	12.94
Sie als Gast	20.84	10.56	27.60	11.44	18.11	10.98
Speisen und Getränke	37.51	15.29	10.35	14.11	56.36	15.06
Tagungen und Veranstaltungen	9.72	12.87	6.90	13.78	53.00	13.22
Tauchen Sie ein	29.17	12.57	93.15	12.77	30.19	12.48
Tee und Kaffee	45.84	14.75	17.25	12.05	30.19	13.64
Telefon mit Anrufbeantworter	4.17	17.66	6.90	16.77	36.90	16.20
Tradition und Moderne	31.95	13.66	17.25	13.48	18.79	14.17
TV mit Radio	9.72	13.96	113.85	15.47	26.17	14.12
über den Dächern	55.57	15.42	82.80	15.26	67.09	15.55
über die Dächer	33.34	13.94	10.35	14.13	22.81	14.08
Übernachtung im Doppelzimmer	23.62	13.10	34.50	11.44	16.77	11.62
Übernachtungen im Doppelzimmer	19.45	12.70	3.45	9.36	27.51	12.53
um das Hotel	36.12	7.77	17.25	7.60	28.85	7.78
um die Ecke	33.34	13.62	13.80	13.80	20.80	13.55
und vieles mehr	77.80	13.35	58.65	13.39	55.68	13.63
unser reichhaltiges Frühstück	33.34	15.78	20.70	15.29	60.38	15.91
unser reichhaltiges Frühstücksbuffet	29.17	16.45	17.25	16.29	41.60	16.51
vom Hotel entfernt	95.86	14.29	103.50	15.59	95.94	14.38

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
von hier aus	38.90	10.19	31.05	10.70	65.75	11.50
von unserem Hotel	54.18	9.47	31.05	9.17	48.98	8.88
vor dem Hotel	93.08	11.00	69.00	11.36	50.32	10.56
vor der Haustür	30.56	16.97	31.05	17.32	12.75	16.10
vor der Tür	40.29	14.75	24.15	14.73	37.57	15.34
vor Ihrer Anreise	19.45	14.33	65.55	16.48	22.14	14.83
wählen Sie aus	48.62	12.49	37.95	11.86	36.23	12.11
während Ihres Aufenthaltes	19.45	21.61	31.05	21.29	42.27	22.19
während Ihres Aufenthalts	34.73	22.27	48.30	21.08	28.85	22.09
Wahrzeichen der Stadt	16.67	13.16	37.95	14.14	24.15	14.50
weitere Informationen zu	45.84	13.84	13.80	12.31	28.18	13.14
wie zu Hause	47.23	14.62	31.05	15.43	48.30	15.03
wie zum Beispiel	47.23	15.50	17.25	15.11	28.18	14.98
willkommen im Hotel	73.63	11.29	58.65	11.25	67.76	10.84
wir bieten Ihnen	80.58	12.74	82.80	12.76	106.67	12.32
wir freuen uns	336.20	15.27	445.05	15.73	397.85	15.36
Zimmer im Hotel	97.25	7.97	34.50	6.96	61.72	7.02
Zimmer mit Bad	66.68	11.25	100.05	11.62	85.20	10.89
Zimmer mit Verbindungstür	45.84	14.35	6.90	11.86	50.99	13.60
Zimmer und Suiten	75.02	10.20	93.15	9.99	96.61	10.01
zögern Sie nicht	8.34	14.75	13.80	14.89	38.91	14.81

Paquete léxico	Austria		Suiza		Alemania	
	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
zu Fuß erreichbar	25.01	16.78	6.90	19.89	25.49	18.06
zu unserem Hotel	30.56	8.70	10.35	7.83	21.47	7.71
Zuhause auf Zeit	5.56	14.13	13.80	14.39	30.86	16.27
zum Preis von	47.23	11.37	20.70	10.74	41.60	11.58
zur Verfügung gestellt	62.52	21.84	17.25	22.21	30.19	20.42

Anexo 9 - Listado de paquetes de cuatro palabras ordenados por orden alfabético con valores de frecuencia normalizada y MI por países en KoDeHo

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
alle Zimmer sind Nichtraucherzimmer	0.00	0.00	0.00	0.00	0.67	17.38
alle Zimmer verfügen über	0.00	0.00	10.35	21.07	0.67	16.27
Anfahrt mit dem Auto	8.34	21.43	6.90	22.38	20.80	21.96
Anreise mit dem Auto	63.90	21.79	20.70	21.47	32.87	21.55
Anreise mit dem Flugzeug	38.90	23.19	20.70	23.40	14.76	22.79
Anreise mit dem Zug	12.50	21.73	17.25	22.55	10.73	22.95
Anreise mit der Bahn	33.34	20.43	20.70	19.81	16.77	19.42
auf Anfrage und Verfügbarkeit	4.17	17.22	3.45	15.98	22.81	19.30
auf der linken Seite	44.46	24.43	13.80	24.22	43.61	24.61
auf der linken Straßenseite	8.34	25.13	0.00	0.00	11.41	24.59
auf der rechten Seite	52.79	24.57	27.60	24.64	65.08	24.70
auf der rechten Straßenseite	12.50	25.61	0.00	0.00	12.08	24.18
auf der Suche nach	40.29	21.31	75.90	21.63	57.70	21.51
Aufenthalt in unserem Haus	4.17	18.41	0.00	0.00	17.44	20.31
Aufenthalt in unserem Hotel	11.11	16.67	10.35	17.12	17.44	16.67
aus der ganzen Welt	20.84	22.92	13.80	22.11	14.76	23.77

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
ausgestattet mit einem Doppelbett	0.00	0.00	3.45	20.81	34.89	22.99
bei uns im Haus	15.28	17.71	10.35	18.76	10.73	17.70
bei uns im Hotel	59.74	16.52	13.80	15.34	18.11	14.82
bei uns können Sie	4.17	14.00	0.00	0.00	1.34	12.17
Blick auf die Stadt	15.28	17.90	44.85	19.21	9.39	17.34
Blick über die Dächer	18.06	24.26	6.90	24.45	16.10	24.45
Blick über die Stadt	5.56	17.47	27.60	19.64	12.75	18.88
buchen Sie Ihr Zimmer	9.72	17.49	3.45	15.02	0.67	12.68
das ganze Jahr über	15.28	23.24	37.95	24.55	14.76	24.77
das sagen unsere Gäste	2.78	22.05	0.00	0.00	0.00	0.00
den idealen Rahmen für	9.72	22.83	3.45	20.81	14.76	23.66
den perfekten Rahmen für	11.11	22.92	31.05	23.51	14.76	23.36
der ideale Ausgangspunkt für	27.78	22.32	3.45	19.83	26.84	22.94
der perfekte Ort für	2.78	18.13	6.90	18.95	12.75	20.71
die Seele baumeln lassen	9.72	30.92	13.80	28.82	22.14	30.07
die Zimmer verfügen über	2.78	15.81	0.00	0.00	0.67	12.47
direkt vor dem Hotel	33.34	19.61	31.05	20.42	21.47	19.60
direkt vor der Tür	16.67	23.64	0.00	0.00	14.76	24.26
Doppelbett oder zwei Einzelbetten	8.34	26.89	3.45	25.70	31.53	27.51
durch die zentrale Lage	2.78	20.43	0.00	0.00	3.35	21.10
ein Bad mit Dusche	5.56	18.37	6.90	18.02	12.08	19.12

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
ein idealer Ausgangspunkt für	4.17	24.24	6.90	25.36	12.75	25.50
ein individuelles Angebot für	5.56	21.47	13.80	21.76	20.80	21.96
eine Auszeit vom Alltag	0.00	0.00	3.45	24.54	14.09	28.16
einen angenehmen Aufenthalt in	15.28	22.68	10.35	21.85	14.76	22.07
erfahren Sie mehr über	2.78	16.66	13.80	19.74	10.73	18.74
erreichen Sie das Hotel	13.89	15.51	3.45	14.88	13.42	15.28
erreichen Sie zu Fuß	15.28	20.10	0.00	0.00	8.05	19.37
freuen Sie sich auf	12.50	15.75	13.80	15.33	18.79	16.09
für die ganze Familie	119.47	22.88	24.15	22.09	38.91	23.18
für die öffentlichen Verkehrsmittel	12.50	20.50	0.00	0.00	20.80	22.06
für einen angenehmen Aufenthalt	20.84	23.85	13.80	22.65	14.76	22.82
für einen längeren Aufenthalt	13.89	24.00	3.45	22.37	19.46	23.78
für Familien mit Kindern	12.50	22.74	6.90	22.90	12.08	22.93
für Groß und Klein	13.89	25.87	0.00	0.00	11.41	26.81
für jeden etwas dabei	16.67	26.31	3.45	24.19	10.73	25.88
für jeden Geschmack etwas	20.84	27.68	13.80	27.35	8.72	27.07
ganz in der Nähe	19.45	17.72	13.80	18.61	23.48	18.54
ganz nach Ihren Wünschen	9.72	25.98	13.80	25.66	20.80	26.82
Gäste aus aller Welt	16.67	25.89	20.70	27.52	8.72	26.43
gegen eine Gebühr von	8.34	23.51	10.35	26.02	10.73	23.68
genau das Richtige für	12.50	25.49	17.25	26.72	13.42	25.85

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
genießen Sie Ihren Aufenthalt	9.72	20.28	0.00	0.00	4.70	18.83
gerne beraten wir Sie	1.39	18.37	0.00	0.00	0.00	0.00
gerne helfen wir Ihnen	1.39	21.23	0.00	0.00	1.34	20.58
gerne servieren wir Ihnen	0.00	0.00	3.45	21.45	0.00	0.00
handelt es sich um	5.56	23.27	3.45	24.82	16.77	25.40
herzlich Willkommen im Hotel	0.00	0.00	10.35	22.35	1.34	19.10
hier finden Sie uns	0.00	0.00	0.00	0.00	2.68	15.41
Ihre Nutzung der Website	18.06	22.49	20.70	23.73	2.01	18.88
Ihren Aufenthalt bei uns	8.34	20.04	17.25	21.11	20.80	21.15
im Bett der Eltern	22.23	22.50	3.45	19.92	38.91	22.69
im Herzen der Stadt	25.01	18.65	34.50	19.28	32.20	19.49
im Zentrum der Stadt	13.89	16.76	0.00	0.00	14.76	18.51
im Zimmer der Eltern	48.62	19.40	55.20	20.61	69.77	19.75
immer eine Reise wert	8.34	30.17	3.45	30.38	16.77	31.79
immer für Sie da	5.56	18.10	10.35	19.77	10.06	19.53
in den letzten Jahren	30.56	22.76	13.80	22.04	4.03	20.49
in den öffentlichen Bereichen	6.95	21.06	10.35	21.55	12.08	21.40
in den Tag starten	12.50	20.46	3.45	19.73	14.09	20.81
in der Altstadt von	12.50	12.68	55.20	15.78	5.37	13.49
in der Innenstadt von	5.56	13.87	0.00	0.00	11.41	15.09

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
in der Nähe von	6.95	12.97	6.90	14.30	13.42	14.58
in der Zeit von	15.28	13.92	6.90	12.97	18.11	14.84
in nur wenigen Gehminuten	4.17	21.30	6.90	24.38	11.41	23.87
in nur wenigen Minuten	15.28	22.21	0.00	0.00	12.08	22.36
Informationen finden Sie hier	26.40	20.87	6.90	19.95	11.41	19.53
Informationen finden Sie in	1.39	12.70	24.15	17.41	12.08	15.61
jedes Zimmer verfügt über	1.39	21.26	3.45	22.04	0.00	0.00
lassen Sie sich verwöhnen	2.78	19.57	3.45	18.15	4.70	19.78
lassen Sie sich verzaubern	11.11	24.23	0.00	0.00	3.35	21.64
lässt keine Wünsche offen	20.84	34.28	41.40	34.19	10.06	33.40
Leistungen und praktische Informationen	8.34	27.03	3.45	24.50	26.17	27.04
mit Bad oder Dusche	8.34	18.69	51.75	20.67	19.46	19.32
mit Badewanne oder Dusche	4.17	18.63	3.45	17.22	30.19	20.87
mit dem Auto anreisen	15.28	24.61	17.25	26.47	15.43	25.86
mit den öffentlichen Verkehrsmitteln	54.18	23.68	34.50	23.27	63.74	23.75
mit der ganzen Familie	8.34	18.75	13.80	19.59	16.77	21.03
mit Dusche oder Bad	37.51	20.86	48.30	20.57	42.27	20.44
mit Dusche oder Badewanne	31.95	21.57	34.50	20.54	32.87	20.99
mit Dusche und Badewanne	9.72	17.56	6.90	15.83	9.39	17.05
mit Dusche und WC	29.17	18.80	65.55	20.46	37.57	19.32
mit einem reichhaltigen Frühstück	11.11	21.90	6.90	21.20	13.42	20.99

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
mit einer Größe von	6.95	18.74	0.00	0.00	26.84	19.76
mit einer großen Auswahl	5.56	20.92	0.00	0.00	11.41	20.99
mit Liebe zum Detail	2.78	22.32	10.35	24.63	12.08	24.49
mit Rat und Tat	20.84	26.41	0.00	0.00	24.82	26.00
mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet	4.17	22.44	0.00	0.00	13.42	22.90
mitten in der Altstadt	18.06	17.87	34.50	20.01	5.37	18.20
mitten in der Stadt	36.12	18.57	24.15	18.79	16.10	18.35
nach einem anstrengenden Tag	8.34	25.21	6.90	25.36	12.08	25.35
nach einem ereignisreichen Tag	9.72	25.38	6.90	26.53	10.06	25.64
nach einem erlebnisreichen Tag	6.95	23.36	10.35	26.31	12.75	25.34
nach einem langen Tag	5.56	23.78	6.90	24.14	12.75	24.74
nach Lust und Laune	18.06	27.18	20.70	27.45	8.05	27.30
nach Wahl des Küchenchefs	8.34	29.27	3.45	25.76	22.81	28.69
nichts mehr im Weg	23.62	26.82	0.00	0.00	8.72	26.89
nichts mehr im Wege	18.06	27.56	0.00	0.00	5.37	26.97
nur ein paar Schritte	11.11	26.91	6.90	26.53	9.39	27.35
nur wenige Gehminuten entfernt	11.11	28.09	10.35	30.48	10.06	29.49
nur wenige Schritte vom	12.50	27.66	27.60	29.61	14.09	28.38
pro Nacht und Zimmer	12.50	16.41	0.00	0.00	15.43	16.23
pro Person im Doppelzimmer	20.84	20.55	100.05	21.03	28.18	20.58
pro Person und Nacht	47.23	20.86	24.15	18.43	14.76	18.76

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
pro Person und Tag	37.51	20.06	34.50	18.89	26.84	19.10
pro Zimmer und Nacht	23.62	17.33	41.40	17.61	33.55	17.35
reichhaltiges Frühstück vom Buffet	5.56	26.26	17.25	27.44	16.10	26.77
rufen Sie uns an	13.89	21.33	58.65	22.41	28.85	21.44
rund um das Hotel	26.40	18.93	6.90	18.58	21.47	19.50
rund um die Uhr	154.21	22.38	82.80	22.50	134.18	22.84
runden das Angebot ab	11.11	24.88	17.25	23.86	8.05	23.57
Schreibtisch in allen Zimmern	0.00	0.00	3.45	21.84	21.47	23.25
seien Sie unser Gast	0.00	0.00	0.00	0.00	2.01	24.82
Sie haben die Wahl	29.17	19.64	13.80	18.26	33.55	19.21
Sie und Ihre Gäste	13.89	13.76	51.75	15.66	30.19	14.72
so angenehm wie möglich	26.40	29.90	20.70	31.43	39.58	30.91
so finden Sie uns	1.39	14.77	0.00	0.00	1.34	15.09
sprechen Sie uns an	1.39	18.76	0.00	0.00	13.42	20.46
Start in den Tag	101.41	22.75	37.95	22.52	85.20	22.55
tauchen Sie ein in	9.72	18.69	10.35	19.03	10.06	18.41
über den Dächern von	26.40	21.70	51.75	21.88	20.13	21.38
überzeugen Sie sich selbst	9.72	22.87	10.35	24.98	6.04	23.14
unsere Restaurants und Bars	0.00	0.00	0.00	0.00	2.68	19.24
verwöhnen wir Sie mit	23.62	18.03	34.50	17.18	15.43	17.01
viel Liebe zum Detail	34.73	30.60	24.15	30.63	24.82	30.52

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
von Montag bis Freitag	22.23	24.46	24.15	22.64	16.10	23.17
von seiner schönsten Seite	13.89	26.86	10.35	27.20	6.04	26.21
was das Herz begehrt	20.84	31.98	31.05	17.52	6.71	34.10
weitere Informationen erhalten Sie	1.39	20.11	0.00	0.00	2.68	20.30
wenige Gehminuten vom Hotel	6.95	22.41	17.25	25.23	8.05	23.52
wie zu Hause fühlen	18.06	26.97	10.35	27.76	20.13	27.65
wir beraten Sie gern	11.11	26.04	20.70	25.53	11.41	22.45
wir beraten Sie gerne	11.11	21.37	20.70	21.58	8.72	20.60
wir bieten unseren Gästen	1.39	19.97	0.00	0.00	0.00	0.00
Wir freuen uns auf	161.15	23.36	234.60	23.69	226.09	23.60
wir freuen uns auf	16.67	19.14	24.15	19.53	20.80	19.22
wir freuen uns darauf	1.39	21.25	0.00	0.00	2.68	23.01
wir freuen uns über	0.00	0.00	3.45	17.85	1.34	16.36
wir kümmern uns um	4.17	21.62	37.95	25.36	7.38	22.78
wir würden uns freuen	1.39	23.08	0.00	0.00	0.67	21.93
WLAN im ganzen Haus	1.39	20.18	20.70	24.67	9.39	23.43
WLAN im gesamten Hotel	20.84	20.53	3.45	19.47	20.80	19.93
Zimmer sind ausgestattet mit	19.45	18.56	10.35	17.96	38.24	18.75
zu einem unvergesslichen Erlebnis	23.62	26.87	27.60	25.80	26.84	26.97
zu Fuß zu erreichen	20.84	21.75	0.00	0.00	22.14	22.36

Anexo 10 - Listado de paquetes de cinco palabras ordenados por orden alfabético con valores de frecuencia normalizada y MI por países en KoDeHo

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
alle Preise verstehen sich inklusive	6.95	34.80	0.00	0.00	8.72	33.72
alle unsere Zimmer verfügen über	6.95	28.45	6.90	28.19	4.70	25.96
alle Zimmer sind ausgestattet mit	11.11	26.64	0.00	0.00	14.09	26.06
an der Rezeption erhalten Sie	11.11	25.21	3.45	24.45	4.03	23.96
Anreise am Freitag oder Samstag	0.00	0.00	0.00	0.00	14.76	34.30
auf Anfrage und nach Verfügbarkeit	13.89	27.44	124.20	29.64	40.93	28.42
Aufenthalt so angenehm wie möglich	8.34	37.91	10.35	39.64	23.48	39.61
Bad mit Dusche und WC	2.78	26.30	20.70	29.55	12.08	28.25
Badezimmer mit Badewanne oder Dusche	4.17	29.77	3.45	27.88	12.08	30.08
Badezimmer mit Dusche oder Badewanne	15.28	31.64	31.05	31.05	17.44	30.61
Badezimmer mit Dusche und WC	13.89	28.86	17.25	29.23	12.75	28.32
bei der Planung Ihrer Veranstaltung	9.72	33.00	0.00	0.00	7.38	31.57
bei der Planung und Durchführung	2.78	29.20	6.90	29.31	10.06	30.06
bei uns an der Rezeption	18.06	25.30	3.45	24.62	2.68	23.15
bequem zu Fuß zu erreichen	2.78	30.54	0.00	0.00	8.72	32.59

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
buchen Sie direkt bei uns	2.78	23.50	6.90	24.66	10.06	25.07
das Hotel befindet sich auf	15.28	23.10	0.00	0.00	20.13	23.81
das Hotel befindet sich in	4.17	19.81	6.90	21.62	6.71	20.96
Dusche oder Badewanne und WC	8.34	29.98	6.90	29.68	7.38	29.50
erhalten Sie an der Rezeption	27.78	26.53	6.90	25.45	15.43	25.90
Flasche Mineralwasser auf dem Zimmer	0.00	0.00	3.45	27.92	19.46	30.46
für einen guten Start in	22.23	30.53	10.35	30.35	20.13	30.17
für jeden Geschmack etwas dabei	6.95	37.66	6.90	37.69	4.70	37.76
für Sie und Ihre Gäste	8.34	19.30	17.25	20.37	7.38	19.10
genau das Richtige für Sie	11.11	28.32	27.60	29.46	12.75	28.63
genießen Sie Ihren Aufenthalt in	22.23	26.10	0.00	0.00	18.11	25.48
gibt es viel zu entdecken	1.39	28.74	6.90	31.78	10.06	32.85
gönnen Sie sich eine Auszeit	5.56	31.42	34.50	31.22	6.71	31.06
guten Start in den Tag	25.01	32.94	20.70	34.09	22.81	32.71
haben Sie die Wahl zwischen	0.00	0.00	0.00	0.00	12.08	28.34
hier finden Sie alle Informationen	30.56	29.40	6.90	28.49	2.01	25.09
im wahrsten Sinne des Wortes	4.17	45.36	3.45	27.19	7.38	46.41
in allen Bereichen des Hotels	4.17	30.30	10.35	32.01	36.90	31.65
in der Nähe des Hotels	11.11	23.97	3.45	24.08	17.44	23.79
in der Nähe unseres Hotels	8.34	26.81	0.00	0.00	22.81	26.90
in unmittelbarer Nähe des Hotels	20.84	31.26	6.90	32.34	13.42	30.12

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
in wenigen Minuten zu Fuß	5.56	30.15	0.00	0.00	8.05	31.53
kostenfrei im Bett der Eltern	0.00	0.00	0.00	0.00	15.43	31.76
kostenfrei im Zimmer der Eltern	1.39	26.43	3.45	29.38	13.42	27.74
kostenlos im Zimmer der Eltern	4.17	27.12	34.50	31.11	7.38	28.34
lassen Sie sich von uns	44.46	25.35	58.65	25.32	56.36	25.45
machen Sie einen Ausflug in	4.17	27.86	3.45	27.63	15.43	29.30
mit viel Liebe zum Detail	29.17	36.26	13.80	35.60	21.47	36.05
perfekten Start in den Tag	12.50	32.80	0.00	0.00	16.10	33.05
Preise verstehen sich pro Zimmer	18.06	32.94	13.80	32.10	14.76	31.65
rufen Sie uns an unter	1.39	27.65	6.90	28.18	24.15	30.35
rund um die Uhr besetzt	9.72	33.15	13.80	35.17	8.05	32.93
rund um die Uhr geöffnet	27.78	32.57	10.35	31.71	24.15	32.76
schreiben Sie uns eine E-Mail	13.89	31.75	3.45	28.42	9.39	30.38
sich wie zu Hause fühlen	6.95	32.45	3.45	32.93	8.05	33.25
Sie haben die Wahl zwischen	15.28	29.31	3.45	26.84	20.13	29.08
Sie sind auf der Suche	15.28	24.74	3.45	22.10	22.81	24.91
speziell auf die Bedürfnisse von	0.00	0.00	0.00	0.00	10.73	31.45
täglich rund um die Uhr	6.95	28.49	3.45	28.32	11.41	29.69
über den Dächern der Stadt	8.34	28.01	17.25	28.58	10.06	28.78
unser Hotel befindet sich in	9.72	23.18	0.00	0.00	7.38	22.76

	Austria		Suiza		Alemania	
Paquete léxico	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI	Frec. norm.	MI
weitere Informationen finden Sie hier	5.56	28.40	3.45	28.38	6.71	28.32
weitere Informationen finden Sie in	0.00	0.00	20.70	27.41	6.71	25.00
wenige Gehminuten vom Hotel entfernt	4.17	33.19	17.25	37.56	6.04	34.92
werfen Sie einen Blick auf	18.06	30.12	10.35	30.05	6.71	29.55
werfen Sie einen Blick in	18.06	28.71	3.45	27.53	7.38	28.43
wir bitten um Ihr Verständnis	6.95	39.05	0.00	0.00	6.04	37.75
wir freuen uns auf Sie	61.13	26.00	86.25	26.26	85.20	26.07
wir helfen Ihnen gerne weiter	9.72	34.43	6.90	35.02	6.71	33.63
wir sind für Sie da	12.50	23.38	6.90	23.14	22.14	24.64